



MUJERHOY

YULIA
NAVALNAYA
NO SE RINDE

La viuda de Navalni
lidera la oposición a Putin

ESPECIAL
MODA

Inès DE LA
FRESSANGE,
Paul MARCIANO,
todas las tendencias...

Y UN OTOÑO
EN EL QUE
EL NEGRO
ES EL NUEVO
NEGRO

MORGANE
POLANSKI
TIEMPO DE VOLAR SOLA







 *Loro Piana*





MaxMara

253



ART DIR: PAUL MARCIANO PH: NIMA BENATI © GUESS?, INC. 2024



GUESS

GUESS.EU



YOU DON'T NEED A PASSPORT
TO SEE THE RIVIERA

since '73

RIVIERA

baume-et-mercier.com
Automático, 33mm



BAUME & MERCIER

MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830



A woman with dark hair and red lipstick is wearing a light blue, long-sleeved trench coat with a matching headscarf. She is looking over her shoulder towards the camera. The coat is cinched at the waist with a wide belt. The background is a plain, light-colored wall.

GIORGIO ARMANI

Madrid, Galería Canalejas - Marbella, Puerto Banús



84

80



36



26



56

Morgane Polanski
lleva vestido
de Pronovias,
brazalete de Suma
Cruz y calcetines
ejecutivos de
Givenchy. La
fotografía es de
Jonathan Segade
y la producción, de
Gervasio Pérez.



- 26 **DE CERCA**
Inès de la Fressange, elegancia efervescente.
- 30 **EN EL FOCO**
Yulia Navalnaya, la enemiga de Putin.
- 36 **PROTAGONISTA**
Manuel Segade: "El arte es político".
- 40 **ICONOS**
Luces, moda... y acción.
- 56 **MODA**
Romper la norma en la pasarela.

- 74 **CREADOR**
Paul Marciano, el adivino de Gues.
- 84 **BELLEZA**
Pasión por el rojo.
- 104 **EL ARTE DE VIVIR**
Un verano con clase en los Hamptons.
- 110 **ESCAPADAS**
Destinos para disfrutar como una *celebrity*.
- 122 **UN FINAL FELIZ**
Alberto Ammann y el desgarró de su guitarra.



BALLERINA FARM

Ballerina Farm es una *influencer* americana con más de nueve millones de seguidores en Tik Tok, que vive en una granja en Utah y se ha hecho famosa por enseñar en redes cómo cría a sus ocho hijos sin ninguna ayuda y se ocupa de todas y cada una de las tareas, desde cultivar berenjenas a ayudar en el nacimiento de los terneros o sanear el pozo, pasando por la elaboración de su propia mantequilla con tomillo para el desayuno de los niños. El pan, por supuesto, espera recién horneado, como cada día. El apabullante contenido que comparte la ha convertido en la reina de las *tradwives*, las esposas tradicionales que se hacen un hueco como creadoras de contenido al estilo de nuestro RoRo, capaz de fabricar desde cero un chicle para su novio o un vestido de fiesta para la cita que tienen un rato después.

Su historia se ha publicado en una amplia entrevista en The Times, donde la periodista cuenta que Hannah Neeleman (su verdadero nombre) sólo ha utilizado la epidural una vez, porque su marido no es partidario. Que participó en un concurso de belleza 11 días después de dar a luz a su último hijo o que, frecuentemente, es interrumpida en sus respuestas y corregida por Daniel Neeleman, hijo del fundador de la línea aérea Jet Blue, con el que se casó tres meses después de conocerlo y por el que dejó sus estudios en la mejor escuela de danza de Estados Unidos. Tras la entrevista, las redes se llenaron de mensajes que criticaban la misoginia de su marido. Hubo también quien argumentó que no se trataba de una cuestión de machismo, sino de

sometimiento religioso, porque los Neeleman son mormones. Y, por supuesto, admiradores que aplauden la libertad de elección de Ballerina Farm y sus múltiples habilidades, incluida la elaboración de un precioso sirope de lilas.

Yo me confieso fascinada por los vídeos en los que parte carne con un hacha, se peina y recolecta calabazas sin solución de continuidad, mientras arrulla a varios bebés a la vez y aparece rubísima y relajada. Y espero que todo sea un boyante negocio que le reporte grandes beneficios gracias a todos los productos que vende, como cualquier otra *influencer*, mientras un ejército de ayudantes coloca los polos de lavanda en el decorado y se encarga de comprar la tarta de espárragos falsamente casera. Si fuera así, crecería considerablemente mi fe en la humanidad y mi esperanza en un futuro mejor.

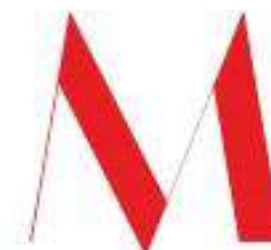


JONATHAN SEGADÉ.

EL APABULLANTE
CONTENIDO QUE COMPARTE LA HA
CONVERTIDO EN REINA DE LAS *TRADWIVES*

Lourdes Garzón, *directora*

@lourdesgarzonm



DIRECTORA
Lourdes Garzón

SUBDIRECTORA
María José Barrero

DIRECTOR DE MODA Y BELLEZA
Gervasio Pérez

REDACTOR JEFE
Eduardo Verbo

RESPONSABLE DE DISEÑO
Elvira Leal

REDACCIÓN
Irene Díaz Landaluce,
Aloña Fernández Larrechi, Paula Peña
y Sandra Cárcel (jefa de Belleza)

DISEÑO
Maquetación: Juliana Bambozzi y
Virginia Ranera Mañas
Edición gráfica y producción: Abir Rebollo



DIGITAL EDITORIAL MANAGER
Laura Requejo

Coordinador web: Javier Díaz de Lezana
Jefe de audiovisual: Luca López
Jefe de sección: Sonia Gómez

Redactores web: Ana Calvo, Juanra López,
Elena Romero, Patricia Martín; Sandra
Carrascosa (Audiovisual); Carla
Cuadrado y María Caro (Redes Sociales)

Asistentes ejecutivas: Rufi Gómez
y Mar López

Redacción y administración
Calle Josefa Valcárcel, 40 bis
28027 Madrid. Teléfono: 913 399 000

EDITA TALLER DE EDITORES, S.A.

VOCENTO
PRESIDENTE
Iñaki Arechabaleta

DIRECTORA GENERAL
ÁREA DE LUJO, ESTILO DE VIDA
Y REVISTAS
Samary Fernández Feito

RELACIONES INSTITUCIONALES
Y COMUNICACIÓN

VOCENTO
DIRECTORA GENERAL
Paloma Bravo

PUBLICIDAD

vocento.medios

DIRECTOR GENERAL
Alfredo Jiménez-Millas

DIRECTORA COMERCIAL
Verónica Lourido

DIRECTORA ÁREA ESTILO DE VIDA
Rosa Alonso

Calle Josefa Valcárcel, 40 bis
28027 Madrid. Teléfono: 913 399 000

DIRECTOR ÁREA BARCELONA
Lluís Segú

DIRECTORA PUBLICIDAD
Gemma Rozas

Carrer Rosselló 224, átic
08008 Barcelona
Teléfono: 932 721 610. Fax: 934 879 128

PUBLICIDAD INTERNACIONAL
Carmen Castillo

ITALIA: K Media Srl.
Via B. Cavallieri, 1/3. 20121 Milano
Teléfono: +39 02 29061094

Depósito Legal M-12941-1999
ISSN 1.576-6047
Imprime Comeco Gráfico.

De las reproducciones autorizadas
© VEGAP, Madrid 2003
COPYRIGHT BY TESA, 2024

© TALLER DE EDITORES, S.A. Madrid, 2012
Difusión controlada por OJD.



QUIEN SIGUE EL NARANJA
SE ENCUENTRA CON FAUBOURG


HERMÈS
PARIS





Sobre estas líneas, pendientes con cristales, de *Saint Laurent*.

NEWS

El final del verano nos sorprende con la sofisticación como tendencia. También en materia cultural.



CAROLINA HERRERA



CHANEL



GUCCI

NUEVOS TIEMPOS



DOLCE & GABBANA

En bloque

El otoño será sobrio o no será. Valentino sentenció, con un desfile negro de principio a fin, que es el color rey. Carolina Herrera, Chanel, Gucci o Dolce & Gabbana le dan la razón: sus mejores estilismos lo llevan de pies a cabeza.

Por Aloña Fdez. LARRECHI y Paula PEÑA

1

2

DELICADEZA FLORAL

Con la luz natural como única fuente de iluminación y la cámara de su teléfono móvil, el fotógrafo británico Nick Knight revela su faceta más íntima en *Roses from my Garden*. Una muestra inédita, en la que se aleja de los sets en los que retrató a iconos de la moda, como Kate Moss, para recordarnos la belleza de las flores. Desde el 18 de octubre, en la Fundación Barrié de A Coruña.



3

Un clásico a la última

El reloj Panthère de Cartier es todo un clásico que, cuando se suma a la tendencia que reinará este otoño, eleva su sofisticación al Olimpo de la moda. Sus diamantes ahora brillan más que nunca.

4

RETRATOS ESCULTÓRICOS

Las paredes de la galería alemana Jaeger Art se visten, a partir del próximo 14 de septiembre y hasta el 16 de noviembre, de Bastiaan Woudt. Bajo el nombre *Rhythm*, el fotógrafo danés expone por primera vez en Alemania su obra, caracterizada por retratos contrastados que beben de la influencia de otros grandes, como Avedon o Irving Penn.



ALMA ORIGINAL

Tradición y alta tecnología se unen en las creaciones del diseñador japonés Yuima Nakazato, piezas capaces de forjar un vínculo emocional único promoviendo una moda más ecológica. El Museo del Encaje y la Moda de Calais (Francia) celebra sus innovadoras creaciones en *Yuima Nakazato: Beyond Couture*, hasta el 5 de enero.



6 Palomitas de lujo

El otoño más apetecible lo dibuja Chanel con el accesorio más original para la temporada: un bolso de palomitas que es pura inspiración.



¡QUÉ FANTÁSTICA FIESTA!

Invitados glamurosos, diseños inolvidables y modelos icónicos se dieron cita en el enfrentamiento que diseñadores de moda franceses y estadounidenses celebraron en París, en 1973, con motivo de una gala benéfica. Un hito trascendental en este mundo, que Mark Bozek celebra en su libro *La batalla de Versailles: el duelo de la moda de 1973* (Rizzoli).



Como Lake, Italy

intimissimi

THE ART OF ITALIAN LINGERIE



MAESTRO INMORTAL

La moda no se concibe sin Yves Saint Laurent. Por eso, su trabajo sigue siendo admirado en todo el mundo. En París, desde el 20 de septiembre, el museo que lleva su nombre exhibe *Les Fleurs d'Yves Saint Laurent*, la muestra sobre un tema principal en sus creaciones: las flores. Y el Orange County Museum of Art de California explora, hasta el 27 de octubre, su pasión por el dibujo en *Yves Saint Laurent: Line and Expression*.

FOTOS: PIERRE BOULAT, © FONDATION PIERRE BERGÉ - YVES SAINT LAURENT / ORANGE COUNTY MUSEUM OF ART - D.R.

Encanto magnético

Piccolissimo. Así define *Bulgari* el mecanismo en miniatura del último reloj Serpenti Pallini, que se inspira en el histórico Pallini de 1955 y evoca la piel de una serpiente exótica con cuentas de oro y diamantes.



Con mucha historia

Los Ángeles y su energía ecléctica son la fuente de inspiración de la última colección 1774 de Birkenstock. La afamada casa alemana de calzado celebra sus 250 años de historia con la actualización de sus clásicos.

FICHAJE RENOVADO

Penélope y Mónica Cruz vuelven a sumergirse en el mundo de Geox, para lanzar una colección de cara al otoño 2024, en la que "el zapato que respira" se vuelve más sofisticado que nunca. Las calles de Nueva York son el lienzo ideal para plasmarlo.

10



PRONOVIAS



NUEVA COLECCIÓN 2025
PRONOVIAS.COM



12

Estilo Real

Creada y escrita por Deborah Davis (*La favorita*), la reina más icónica de Francia vuelve a inspirar una producción audiovisual. Desde el 19 de agosto podremos ver en Movistar Plus+ la serie británica *María Antonieta*, en la que Dior se suma a la elegante corte francesa con dos espectaculares diseños.



13

Entre bastidores

Ambientada en un taller de alta costura de París, *La Maison* es una serie francesa que ofrecerá una mirada al cambiante mundo de la moda y el lujo, a través de dos familias ilustres que compiten por el éxito. Desde el 20 de septiembre, en Apple TV+.



15

Con nombre propio

El último y más simpático accesorio de Louis Vuitton se llama Vivienne Fashionista y es un icono que se postula como el *charm* de bolso definitivo.



14

JOYA NIPONA

Desde el estilo samurái y geisha a los caballeros Jedi, la muestra *Kimono: de Kioto a la pasarela*, del V&A Museum de Dundee (Escocia), explora la fascinante historia del significado, el atractivo y la influencia de esta prenda ancestral. Hasta el 5 de enero.

FOTOS: MOVISTAR PLUS+, APPLE TV+, AKIRA TIMES, D.R.

A fashion advertisement featuring a woman with long blonde hair standing on a city street. She is wearing a long, double-breasted beige trench coat over a patterned blouse and a dark skirt. The background shows blurred cars and city buildings, suggesting a busy urban environment. The word "UNDRESSED" is overlaid in large white letters across the center of the image.

UNDRESSED

ROBERTO VERINO

SIGNED IN SPAIN



16

CONK, DE IKÓNICA

Desde muy joven, Diane Keaton, la legendaria actriz de películas como *Annie Hall*, se convirtió en un icono de estilo. Todo le sentaba bien. Hasta que encontró su verdadera (y andrógina) identidad en el blanco y negro, las gafas ahumadas y un sombrero. Icono por derecho propio, reflexiona sobre su gusto en *Fashion First* (Rizzoli), con prólogo de Ralph Lauren. El libro tiene imágenes de Leibovitz, Afanador o Gallela.



Armani, Sarah Jessica Parker o Blake Lively comparten anécdotas sobre la pasión por la moda de la actriz.



El libro *Fashion First* (Assouline) examina los looks de su larga trayectoria: desde su infancia hasta los Óscar.

Preserva LA JUVENTUD de tu piel

El best-seller antiedad
estrena una nueva fórmula
clave para lucir
una piel más joven.

Clé de Peau Beauté presenta la nueva fórmula de Le Serum, un hito científico para preservar la juventud de la piel. Más de 40 años de investigación pionera desvelaron la Inteligencia Cutánea, la capacidad innata de la piel para protegerse y mantenerse sana.

Los investigadores de la marca identificaron las proteínas sensoriales en la piel; así como la importancia de la Proteína de Mantenimiento de la Juventud para prolongar un aspecto joven.

MANTENER LA INTELIGENCIA DE UNA PIEL JOVEN

La Proteína de Mantenimiento de la Juventud está presente en las células madre de la piel y se encarga de mantenerla sana. En colaboración con un renombrado instituto dermatológico, los investigadores de Clé de Peau Beauté encontraron el modo de dar un empujón a la capacidad de la piel para renovarse y luchar por sí sola contra los signos del envejecimiento. Así nació la nueva fórmula de Le Serum.

Contiene Concentrado de Lirio Radiante (extracto de lirio y glicerina), que favorece la expresión genética de las proteínas sensoriales de la epidermis; y Extracto de Mirto Limón, el cual consigue un aspecto más firme y radiantemente joven, ya que previene el envejecimiento de las células epidérmicas. Junto al Kelpex, un extracto de algas rojas, verdes y marrones, que crea un entorno óptimo para que las células madre epidérmicas se renueven y generen nuevas células, presente en la fórmula original, el resultado es un elixir que fortalece la defensa de la piel, promueve su renovación, ayuda a preservar su juventud y a realzar su belleza, liberando el poder de su luminosidad.

Gracias a un test de consumo en 107 mujeres, se ha demostrado que en solo un día libera una nueva luminosidad. En una semana, las líneas finas son menos visibles. En dos semanas, la piel está más rellena. En un mes, la piel se renueva.

Le Serum está diseñado para aplicarse directamente después de la limpieza. Esto permite que la fórmula interactúe con la inteligencia innata de la piel y comience a trabajar a un nivel fundamental sin obstáculos, interferencias ni dilución. ¿El resultado? Favorece la capacidad inteligente de la piel para renovarse y defenderse con el paso del tiempo.



LOS QUE SALEN



Matthew Williams

El fundador de la casa 1017 Alyx 9SM (que adora Kanye West) anunció su salida de *Givenchy* el pasado 1 de enero, tras cuatro sublimes años.



Virginie Viard
El pasado mes de junio, el mundo de la moda se tambaleó más que nunca: la sucesora de Karl Lagerfeld abandonaba *Chanel* por sorpresa.

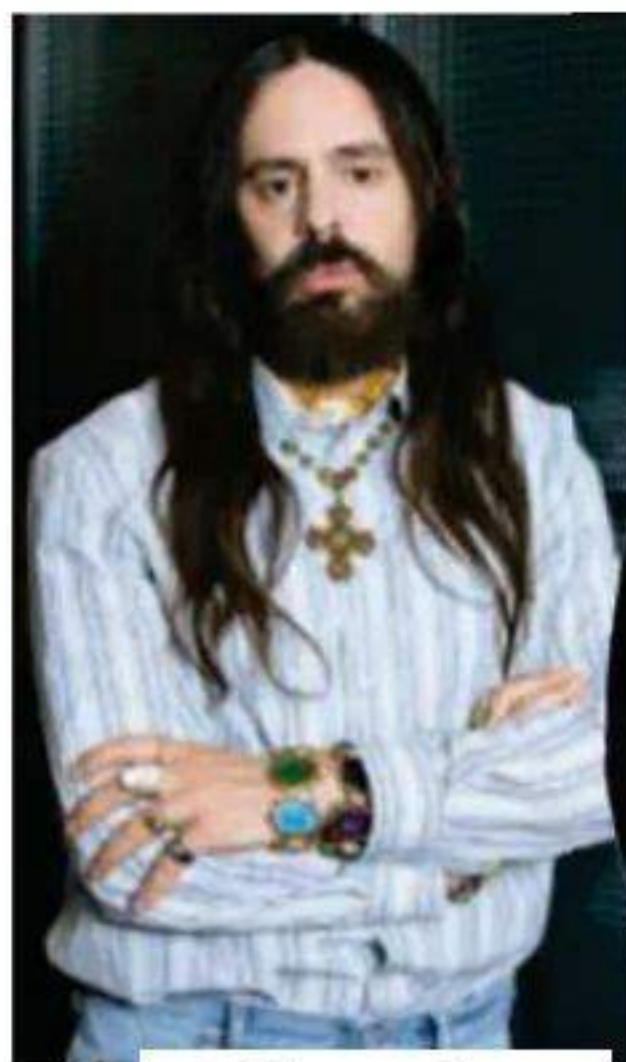


Dries Van Noten
"Es momento de dejar paso a las nuevas generaciones". Así se despedía el fundador de la casa que lleva su nombre en su último desfile, en marzo.



John Galiano Diez años han sido suficientes para el diseñador gibraltareño en *Maison Margiela*: este otoño vence su contrato y no renovará. Se hacen apuestas sobre su próximo destino.

LOS QUE ENTRAN



Alessandro Michele

Tras cosechar un sinfín de éxitos en *Gucci*, el italiano cambió a *Valentino*, y ha empezado revisitando sus clásicos setenteros, en su primera colección de cruceiro.



Peter Copping
Oscar de la Renta, Balenciaga y Nina Ricci le dieron el saber hacer que, desde este otoño, ofrece en la costura de *Lanvin*.

JUEGO DE TRONOS

Los cimientos de la moda se tambalean: marcas legendarias sin director creativo y diseñadores sin firma. ¿Cómo acabará la temporada?

Por Paula PEÑA



Pierpaolo Piccioli
Sin desfile masculino ni de Alta Costura: su salida de *Valentino* el pasado marzo conmocionó al mundo de la moda, pero su futuro promete brillo.

REYES SIN CORONA



Riccardo Tisci
La leyenda del diseño dejó *Burberry* en 2022 y aún no ha vuelto a la industria. ¿Fue aquel el final de un genio?



Sarah Burton
Discípula y sucesora de Alexander McQueen, pasó 26 años dentro y 13 al frente de la firma, para luego decir adiós sin dar pistas. Seguimos buscándola.

El arte del BUEN HACER

Diseño y tradición se unen en OI24, la nueva colección de Silbon que representa lo mejor de la moda artesanal española.

Inmersos en plena era del fast fashion, a menudo, se sacrifica la calidad frente a la cantidad. Sin embargo, existen pequeños oasis textiles donde la artesanía y el diseño sofisticado todavía forman parte de su ADN. Por eso y mucho más, Silbon, fundada en 2009, es todo lo que tu armario necesita para mantener viva la tradición del saber hacer español. Una firma andaluza donde la fusión de técnicas artesanales con diseños contemporáneos conviven con la elegancia atemporal.

La prueba más tangible la tenemos en su nueva colección: OI24, un testimonio de esta filosofía. Tejidos seleccionados al detalle; patrones como el tartán, los cuadros o la raya diplomática, que navegan entre lo clásico y lo contemporáneo; protagonismo de la lana en cada una de las piezas, diseños que realzan la figura femenina... Un proceso creativo que invita a detenerse, a tocar, a sentir. Prendas que no solo visten, sino que también cuentan una historia de tradición y modernidad.

Más allá de la calidad de los tejidos, de la impecabilidad de los patrones y de la combinación de líneas sofisticadas, la nueva línea de la firma, cuya fabricación se realiza en España, refuerza el mensaje de transmitir la importancia del buen hacer.

Con la elegancia atemporal como sello de identidad, OI24 es un homenaje a la artesanía y la moda, siendo la opción perfecta para quienes buscan una dosis de estilo, elegancia y tradición a la hora de vestir.



Prendas que no solo visten, sino que también cuentan una historia de tradición y modernidad.





Acaba de cumplir 67 años y lleva casi cuatro décadas rompiendo esquemas como icono del verdadero estilo parisino. La palabra *chic* se inventó para esta modelo y diseñadora, que se confiesa fan de la comida española.

INÈS

DE LA FRESSANGE

Por Eduardo VERBO

LA ELEGANCIA EFERVESCENTE

La francesa más icónica explica lo que es la elegancia rescatando una anécdota que vivió en nuestro país. “Una vez, durante una cena muy *chic* en Sevilla, que como cantaban Los del Río estoy de acuerdo en que tiene un color especial, me senté al lado del rey Constantino de Grecia. Yo no sabía quién era, así que le pregunté cuál era su trabajo. Él me respondió que le encantaba navegar. ¡Ésa es la verdadera elegancia! ¡No hacer sentir mal a los demás!”, confiesa con frescura durante esta entrevista con *Mujerhoy*.

Inès de la Fressange (Gassin, Francia, 1957), emblema del estilo Place Vendôme, continúa igual de efervescente que en uno de los momentos cumbre de su carrera en los años 80, cuando se convirtió en un icono después de fichar en 1983 por el *káiser* de la moda. “Fui modelo, pero también trabajaba en el estudio para elaborar las colecciones *prêt-à-porter* y alta costura. Siempre digo que tuve el mejor maestro y la mejor escuela: Karl Lagerfeld y Chanel”.

Actual embajadora de Roger Vivier y diseñadora de su marca homónima, se ha lanzado a crear una línea de anillos

para Whitebeard, la tienda que dirige su ahora socia, Stéphanie Roger. La fuerza de sus creaciones la tienen sus piedras. “No sé mucho sobre su poder, pero la belleza es buena para los ojos y genera felicidad. Supongo que produce serotonina, oxitocina y dopamina”, reconoce.

Inès, una revolución en la industria textil francesa, creció en un ambiente de esplendor: Moulin des Dames, una mansión del siglo XVIII a 60 km de París. Su padre, André de Seignard, era marqués de La Fressange e hijo de Simone Jacquinet, heredera del banco Lazard. La *grand-mère*, clienta de la Alta Costura de Guy Laroche, discípulo de Jean Dessès, llevaba a los niños al colegio en su fabuloso Rolls-Royce. Por su parte, su madre es la modelo Lita Sánchez-Círez. “Recuerdo que los amigos de mis padres eran Deborah Dixon, que fue muy famosa en los 60 y tenía un *look hippy chic*; Sylvia Agulla d’Harcourt, una de las maniqués favoritas de Gabrielle Chanel, muy femenina con *jeans* y mocasines de John Lobb... o el artista argentino Alfredo Arias, que vivió seis meses en casa y tenía una camisa hecha de una bandera americana y el pelo largo. Todo lo que ves en tu infancia es importante. En especial para los diseñadores, porque lo guardamos para siempre”, rememora Inès.

La pasión por las joyas la heredó de su abuela materna, la colombiana Cecilia Dávila, cuya sobrina, Beatrice Dávila, se casó con el magnate Julio Mario Santo Domingo, uno de los hombres más ricos del país y abuelo de Tatiana Santo Domingo, la esposa de Andrea Casiraghi. “Mi madre es preciosa. No tiene mucha afición por las joyas y es bastante



Sobre estas líneas, Inès de la Fressange con su íntima amiga, la princesa Carolina de Mónaco, en 1989. A la derecha, junto a Karl Lagerfeld, durante su etapa en Chloé.



“Suelo comer paella, uno de los platos favoritos del exministro español Jorge Semprún, y tortilla de patatas”, confiesa

minimalista, lo que, en realidad, puede resultar elegante. Recuerdo que mi abuela se enfadó con ella porque le regaló un sello de oro con el escudo de la familia a una amiga”.

De ese carácter latino, heredó “la música, las casas abiertas a los amigos, reír...”. En cambio, nunca le ha gustado presumir de sus orígenes aristocráticos. “Creo que todos deberíamos actuar con integridad y dignidad. ¡Es ridículo presumir de títulos!”. En 1993, cuando tenía 36 años, se casó con el empresario italiano Luigi d’Urso. De este matrimonio nacieron Nine, ahijada de la princesa Carolina de Mónaco

y actriz, y Violette, escritora. “Son generosas y amables. ¡A menudo, hasta me dicen cosas bonitas de ellas en los taxis! ¡Imagínense lo orgullosa que estoy! [Risas]. Me alegro de que hayan descubierto cuál es su pasión y de su éxito”.

Nine ha triunfado en España al participar en la serie sobre Cristóbal Balenciaga, de Disney+. “Pensé que era muy buena. Alberto San Juan es increíble, es difícil hacer una película realista sobre la moda. Nine estaba preciosa con esos vestidos... e interpretaba genial. Desde entonces, ha hecho otras películas en España y actuó en la última de Olivier Assayas. No soy una mamá gaga. ¡Otros ven su talento!”, cuenta entre carcajadas.

La temprana muerte de su marido en 2006 a los 54 años hizo que afrontara un duro período. “Con abrazos, amor, sentido del humor y confianza se puede hacer mucho. Tuve abortos espontáneos, así que sé que la vida es un milagro”, relata. Su segunda hija, Violette, ha transformado su duelo por la muerte de su padre en una novela: *Même le bruit de la nuit a changé* (Incluso el sonido de la noche ha cambiado).

Actualmente, mantiene una relación con Denis Olivennes, codirector del diario francés *Libération* y ex director general de Canal+, y sabe diferenciar qué es realmente importante y qué no. “He aprendido a no estar nunca estresada por el trabajo y a no enojarme. A veces, la gente se sorprende al ver lo tranquila que puedo estar frente a los problemas. ¡Tal vez esta sea una manera de jubilarme!”.

Pese a su intensa vida laboral, se cogerá un descanso. “Sueño con estar en mi casa de la Provenza yendo al mercado, durmiendo la siesta...”. Otros años ha visitado Menorca y Málaga. “Suelo comer paella, uno de los platos favoritos de Jorge Semprún, el exministro de Cultura. Y tortilla de patatas. Mi restaurante favorito es Cañete, en Barcelona”. Pero, ¿es compatible ser *chic* y tomar paella? “Sí, *chic* significa no preocuparse por lucir saludable, sino usar las cosas que amamos”. Palabra de Inès de la Fressange. ●



A la derecha, la francesa en uno de los momentos cúlpe de su carrera como modelo de Chanel.



MOLLY  BRACKEN

mollybracken.com



Alexéi Navalny y su esposa Yulia en una manifestación en 2019. A la dcha., la viuda ante el Parlamento Europeo, días después de la muerte del opositor.



“TIENE LA AUTORIDAD MORAL, LA CREDIBILIDAD Y NINGUNA MOCHILA: YULIA ES UNA GRAN AMENAZA PARA EL KREMLIN”

YULIA NAVALNAYA

Por Ixone DÍAZ LANDALUCE

LA ENEMIGA NÚMERO UNO DE PUTIN

Después de la muerte de su marido, es la líder en la que siempre temió convertirse. Mientras el Kremlin la ha colocado entre sus objetivos, la viuda del opositor Alexéi Navalni ni se deja intimidar ni se rinde. Y no está sola.

La alerta del móvil sonó en la habitación de su hotel de Múnich. Leyó la noticia y siguió con lo que estaba haciendo. Ese día, Yulia Navalnaya tenía que asistir a una conferencia en la ciudad alemana. Apenas unas horas antes, su equipo le había asegurado que la liberación de su marido a cambio del sicario ruso Vadim Krasikov era inminente. Quizá por eso, le costó un par de minutos asimilar lo que había leído: las autoridades rusas confirmaban la muerte de Alexéi Navalni en una prisión del círculo polar ártico. El opositor ruso había fallecido tras desmayarse después de un paseo matutino. Hacía dos años que Yulia Navalnaya no lo veía en persona.

Tres días más tarde, con una expresión visiblemente cansada pero consiguiendo no ceder a la emoción, publicaba un vídeo en sus redes sociales. Acusaba directamente a Vladímir Putin, pero también se autoaproclamaba la heredera moral y política de Navalni. “Al matar a Alexéi, Putin mató también la mitad de mi corazón y de mi alma. Pero me queda la otra mitad y me dice que no tengo derecho a rendirme. Continuaré el trabajo de Alexéi Navalni. Seguiré luchando por nuestro país. Y os animo a que permanezcáis a mi lado (...) No tengo miedo y os invito a que vosotros tampoco lo tengáis”.

En los días y semanas posteriores, Navalnaya se reunió con el presidente Joe Biden, pronunció un discurso en el Parlamento Europeo y se convirtió en el rostro –siempre sobrio, sin joyas, adornos y casi sin maquillaje– de la dignidad. Pero también de la esperanza.





Yulia y su hija Daria en los Óscar de 2025, donde el documental sobre el disidente, preso en Siberia, recibió un galardón.

“SU HIJA DASHA YA ES UNA FIGURA PÚBLICA Y ESTÁ MUY COMPROMETIDA POLÍTICAMENTE”

Lba en mi bici por Ámsterdam cuando vi el vídeo de Yulia. Me sentí aliviado. Tras unos días muy duros, fue como si, de pronto, pudiera respirar mejor”, rememora el periodista Mikhail Fishman, exiliado en Holanda y una de las voces más prominentes de la oposición, resumiendo el sentir de la disidencia.

“Ella nunca quiso hacer carrera política, pero no me sorprendió en absoluto porque es lo que él hubiera querido. Es una mujer fuerte, independiente y comprometida con la causa. Hace falta mucho coraje para hacer lo que está haciendo”, explica el prestigioso economista ruso Sergei Guriev, profesor del Instituto de Estudios Políticos de París y anteriormente economista jefe del Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo, que es amigo personal de los Navalni.

No está claro, sin embargo, si su decisión era algo que el matrimonio había consensuado previamente. “No sé si tenían planes de contingencia en el caso de que ocurriera... Nunca les pregunté por eso, es una pregunta muy difícil de hacer, pero sí sé que los dos eran muy conscientes de que el regreso de Alexéi a Rusia podía terminar como terminó”, cuenta Guriev.

Desde la muerte de su marido, Navalnaya se ha visto arrastrada por una situación personal dramática, pero también por una enorme responsabilidad política. Es, en pocas palabras, la líder en la que siempre temió convertirse. “Mi mujer y yo cenamos con ella la semana pasada y, aunque prefiero no hablar de cómo está, porque es muy personal, solo diré que no es fácil, no es nada fácil. Mi familia también ha sufrido mucho, así que no quiero imaginar lo que ha sido para ella”, reconoce Guriev, uno de los mejores amigos de la opositora.

Hija del científico Boris Alexandrovich Abrosimov, Yulia conoció al opositor en 1998 durante unas vacaciones en Turquía. A Navalni le impresionó tanto su belleza como que conociera el nombre de todos los ministros. Se casaron pronto y, aunque ella trabajó en varios bancos y se dedicó a vender muebles durante una temporada, cuando tuvieron a su segundo hijo y él se convirtió en una figura cada vez más prominente, ella abandonó su carrera para cuidar de la familia. Pero el suyo, cuenta Guriev, nunca fue un papel pasivo. “Era la persona en

la que Alexéi más confiaba, la más importante para él. Acudía a ella en busca de apoyo, pero también de consejo”. Fishman coincide: “Yulia formaba parte de la marca política de Navalni. Siempre estaban juntos: en los mítines, en las campañas, más tarde en los juicios...”.

La imagen de la familia, siempre unida, sonriente y atractiva, tenía un increíble valor político en Rusia. “Era uno de sus mayores activos. El contraste era enorme: nadie sabe qué aspecto tienen las mujeres de los políticos rusos. Viven en residencias

con rejas, no andan por la calle, no visten la misma ropa ni conducen los mismos coches que la gente normal. Navalni era como cualquier otro ruso. Y en eso, su familia era fundamental”, analiza el periodista. Y cuando en agosto de 2020 el opositor fue envenenado con el agente nervioso Novichok, fue Yulia la que logró sacarle de Rusia y que ingresara en un hospital de Berlín. “Ella le salvó la vida”, resume Fishman.

Aunque en los últimos años ha cambiado varias veces de residencia, Navalnaya vive ahora en Alemania, desde donde dirige la Human Rights Foundation, en la que acaba de suceder a Garry Kasparov, pero también la Fundación Anticorrupción que creó su marido. “Por ahora, es un perfil más humanitario que político. Creo que se dedicará a defender a los prisioneros políticos, a los rusos en el exilio y a los represaliados, pero eso podría dar un giro en el futuro”, comenta Fishman.

De momento, su proyecto más importante es editar el manuscrito que su marido escribió en prisión. “Yulia quiere supervisar cada párrafo para asegurarse de que el tono sea el correcto. Después de su muerte, mucha gente ha olvidado lo divertido que era Alexéi. Aunque se tomaba su causa política en serio, nunca tuvo una conversación sin hacer una broma y ella quiere que el libro refleje eso”, explica Guriev sobre una obra que llegará a las librerías de todo el mundo el 22 de octubre.



SCALPERS
KIDS



A la izda.: junto a su marido, Alexéi Navalni, durante una protesta en febrero de 2017. Arriba, recogiendo un premio en Alemania, en abril.

“LOS DOS ERAN MUY CONSCIENTES DE QUE EL REGRESO DE ALEXÉI A RUSIA PODÍA TERMINAR COMO TERMINÓ”

Desde la muerte del opositor, Navalnaya ha recogido premios, ocupado portadas como la de la revista Time, se ha reunido con líderes globales y, en marzo, acudió a la embajada rusa en Berlín para votar en las elecciones presidenciales que revalidaron el mandato de Putin. En suelo diplomático ruso, escribió el nombre de su marido en la papeleta, lo depositó en la urna y abandonó la embajada. Ahora, ya no podría hacerlo. En julio, un tribunal ruso impuso una orden de detención contra ella por “participar en una comunidad extremista”. Si pisa Rusia, será arrestada.

Navalnaya, sin embargo, no está sola. Rodeada de colaboradores históricos de su marido, como las activistas Maria Pevchikh y Kira Yarmysh, la incógnita es si logrará reunir a su alrededor a toda

la oposición rusa, dividida en varias facciones, como las lideradas por el exoligarca Mijaíl Jodorkovski o el periodista Maxim Katz, y mayormente exiliada en el extranjero. “Nadie en la oposición puede cuestionarla o criticarla, pero no sé si logrará unir a la disidencia. Nadie tiene la respuesta para eso todavía”, reconoce Guriev.

“Tiene una situación complicada”, admite Fishman. “La voz de Navalny era muy poderosa porque estaba en la cárcel, pero también porque volvió a Rusia. Fue el prisionero político más famoso del mundo y eso nadie podía arrebatárselo. Ella se encuentra en una posición diferente: en el exilio y su voz apenas se escucha en Rusia, donde mucha gente no la reconocería si la viera. Es un tipo de autoridad que aún debe construirse. Por otro lado, es libre, tiene espacio para la acción, se reúne con líderes globales y está enviando un mensaje importante al mundo: Rusia y los rusos no son sinónimo de Putin y su régimen”, analiza el periodista.

Aunque a ojos del Kremlin, Yulia no represente todavía la misma amenaza que su marido, es indudable que también se ha convertido en un objetivo. “Tiene la autoridad moral, la credibilidad y, además, no lleva ninguna mochila. Por eso, es una gran amenaza para el Kremlin. Es amiga mía y no es fácil para mí hablar

de ello, pero sabe perfectamente lo peligroso que es eso...”, cuenta Guriev. De hecho, la viuda ha sido objeto de campañas de desprestigio lideradas por la prensa oficial, que han llegado a publicar que tuvo un aborto, fruto de una deslealtad. Todo un infundio. “El Kremlin está desesperado por inventar historias sobre ella. Mientras Alexéi estaba en la cárcel, le acusaron de haber tenido varios *affaires*, pero nada de eso ha calado. Todos los que les conocemos sabemos la pareja tan comprometida y afectuosa que eran”, recuerda su amigo. Para Fishman, la intensidad de los ataques podría escalar rápidamente. “Si el Kremlin piensa que puede convertirse en una líder más influyente, habrá nuevas oleadas de intimidación y propaganda contra ella. En el momento que crean que supone un riesgo, que está en ascenso, se convertirá en su objetivo”.

Tampoco hay que olvidar a sus hijos, Dasha y Zakhar. El chico, de 16 años, está en el colegio, pero la mayor, de 22, ha estudiado Ciencias Políticas y Psicología Social en Stanford y no se esconde. “Ha pronunciado discursos poderosos, acude a eventos públicos, ha aceptado premios en nombre de su padre... Es una figura pública y está muy políticamente comprometi-

da”, explica Guriev. “Ella y su madre forman un equipo. Es algo natural para ellas porque siempre ha sido así. Zakhar es más pequeño, pero no me extrañaría que se uniera a ellas en el futuro”, vaticina Fishman.

Alexéi murió en extrañas circunstancias el 16 de febrero pero, seis meses después, los Navalni ni se dejan intimidar ni se rinden. Es la formidable, pero ciertamente trágica, herencia familiar. ●

“ES UNA MUJER FUERTE, VALIENTE, INDEPENDIENTE Y MUY COMPROMETIDA CON LA CAUSA DE SU MARIDO”



Asegura LO QUE IMPORTA

Tu casa, tu mascota
y tu salud,
a salvo con Allianz.



Un compañero para toda la vida. No hablamos de una pareja, ni siquiera un amigo, tampoco tu fiel mascota, sino de un aliado que va a estar ahí para ti pase lo que pase, de manera incondicional. Si crees que eso no existe, es hora de que conozcas los seguros de Allianz, que lleva más de un siglo trabajando duro para preparar a sus clientes para todo lo que la vida les ofrezca, aportándoles un extra de seguridad. Por eso sus productos están diseñados para cubrir todas las necesidades en cada etapa de la existencia.

Piensa en los grandes momentos de tu vida. Por ejemplo, el día que pisas por primera vez la casa de tus sueños. Algo tan grande se merece un seguro a la altura. Allianz Hogar propone distintas



coberturas para adaptarse a todo tipo de clientes y estilos de vida. Piensa también en el día en que un ladrido araña tu corazón y acabas adoptando a un perro que pronto se convierte en un amigo inseparable. Con Allianz Mascotas tienes, además de la responsabilidad civil, asistencia veterinaria 24/7, defensa jurídica, reclamación de daños y un chat de consultas legales a través de una app exclusiva. Pero para poder disfrutar de tu hogar y de tu perro durante mucho tiempo, lo primero que necesitas es salud. Allianz Salud incluye modalidades con y sin copago, desde servicios médicos esenciales hasta las opciones más completas del mercado. Esto significa que Allianz siempre vela por aportar un extra de seguridad en los hitos de nuestra vida.

Allianz te acompaña en gran parte de tu vida,
aportando soluciones a los problemas de tu día a día

MANUEL

“El arte es **político**. Los museos deben jugar un papel central, aunque no partidista, en las **guerras culturales**”

SEGADE

Por Ixone DÍAZ LANDALUCE

Un año después de su llegada a la dirección del Museo Reina Sofía, ha impuesto un nuevo estilo en la institución. Hablamos con él sobre el futuro del arte, la moda de las exposiciones inmersivas y por qué es una buena noticia que la gente se apelozone delante del *Guernica* para hacerse *selfies*.

A Manuel Segade (A Coruña, 1977) le gusta hablar. Y lo hace a un ritmo vertiginoso, con muchísima pasión y una elocuencia que devuelve la fe en los concursos públicos, como el que él mismo ganó el año pasado para convertirse en el nuevo director del Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Pero también le gusta escuchar. Por eso, desde que aterrizó, se ha reunido con todos los trabajadores de la institución. Y son casi 500. Del mismo modo, suele pasearse por las salas y, mientras se entremezcla con los visitantes, aprovecha para poner la antena. “Escuchar lo que comentan entre ellos me da una información muy valiosa”, dice sentado en su despacho, situado en la ampliación construida por Jean Nouvel.

Segade llegó al centro de Madrid desde un museo de la periferia, el CA2M de Móstoles. Quizá por eso, su estilo de liderazgo y sus ideas sobre cómo hacer más accesible y democrático el segundo museo con más visitantes de España son tan diferentes. Ha prometido reordenar la colección y darles más espacio y visibilidad a los artistas españoles, pero con la programación cerrada hasta 2026, el historiador ha dedicado su primer año a la gestión pura y dura. “Mi antecesor, Manuel Borja-Villel, dejó un programa estupendo y eso me ha permitido trabajar en la cocina. Los cambios estructurales,

las cosas más arduas, hay que hacerlas al principio”. En eso está. En eso y en otras cien cosas más.

MUJERHOY. Desde que fue nombrado, se ha reunido con todos y cada uno de los trabajadores del museo. ¿Qué ha aprendido sobre la casa que ahora dirige escuchándoles?

MANUEL SEGADE. Hay una anécdota que lo resume muy bien. Cuando hablé con seguridad, lo primero que me dijeron fue: “Manuel, ¿por qué no dejas que se fotografíe el *Guernica*?”. Desde fuera, me parecía una estupidez que no se pudiera. ¿Por qué no se van a incorporar a los visitantes más jóvenes dentro del cuadro con un *selfie*? Para mí era una cuestión de democratizar el museo. **Pero ellos no lo decían por eso...**

No. Las dos personas que se encargan de proteger la obra, que es un cuadro político que, en el pasado, ha recibido amenazas terroristas, tenían que dejar de custodiar el cuadro para vigilar a la gente y estaban aterrados con que pasara algo. Era más sencillo de lo que yo estaba planteando. Ésas son las cosas que se aprenden.

Y cuando el visitante es usted, ¿no le molestan esas nubes de pantallas delante de una obra?

La verdad es que no. Ante el *Guernica*, por ejemplo, la gente joven no busca abarcar todo el cuadro, sino capturar una escena: la mujer gritando con el bebé en brazos, el toro, la luz... Son esos iconos que



“No sabemos cómo será el arte del futuro, pero nuestra misión es reconocer los futuros que ya están aquí”



luego se siguen viendo en las manifestaciones por la paz. Que la gente haga suyas las obras me parece fundamental.

¿Qué función debe cumplir un museo público en 2024?

Nos pasamos el día gestionando cosas: ir a la compra, hacer un trámite, dejar y recoger al niño del colegio. La administración de la vida es muy compleja. Por eso, me encantaría que el Reina Sofía fuera un lugar donde perder el tiempo, un espacio amable que genere comunidad. ¿Ves esas flores de ganchillo? [Señala a una estantería]. Sí.

Las hace un grupo de mujeres que venían a tejer al museo de Móstoles. Cuando llegué, había un pequeño conflicto con ellas porque venían a la cafetería, ocupaban un espacio y apenas consu-

mían. Se resolvió poniéndoles una mesa grande. A partir de ahí, empezamos a interesarnos por el arte textil, hicimos una exposición y se creó un diálogo con un colectivo que no tenía nada que ver con el museo. Si la gente se habitúa a estar cómodamente en un sitio, si vienen porque hay wifi gratis o porque hay un jardín interior de acceso público, puedes convertirte en el flautista de Hamelin. A mí me encantaría un museo con un discurso fascinante,

pero también conseguirlo desde la puerta de atrás. Mi formación en Historia del Arte desde un enfoque feminista me enseñó a pensar en lo menor. Y, en que eso, es tan importante como lo mayor.

Ha contado que tuvo una infancia alejada del arte. ¿Cómo fue ese momento iniciático que lo cambió todo?

Yo estudié Periodismo, porque mis padres no querían que estudiara Historia del Arte, pasara hambre y esas cosas [Risas]. El segundo año, me pagué las tasas de la carrera sin decirles nada. Lo hice después de ver dos exposiciones en Santiago: una del artista Félix González-Torres y otra de Christian Boltanski. Evidentemente, no entendí nada de nada, pero pensé: “¡Guau! Aquí pasa algo que me fascina”. Suele decirse que el arte tiene la capacidad de transformar la sociedad y no sé si es exactamente así, pero sí creo que tiene el poder de la transformación individual, de abrir nuestras cabezas, de hacernos entender el mundo de otras maneras. A mí esas exposiciones me llevaron a cambiar de vida. Fueron una revolución para mi cerebro. Y mira dónde estoy ahora.

Su cargo tiene una evidente derivada política. ¿Le incomoda el escrutinio o las posibles injerencias?

Cuando hablo de esto, me acuerdo de mi amigo José Guirao, ex ministro de Cultura, que solía venir a las reuniones de la Asociación de Directores de Arte Contemporáneo. Allí siempre terminábamos hablando de nuestros dramas: la pelea con no sé qué político, que si me han recortado el presupuesto... Un día, nos dijo: “Trabajáis en lo público. Tenéis la obligación de tener ese diálogo con los representantes públicos. ¿Qué pretendéis? ¿Que el político, de izquierdas o de derechas, no comente lo que hacéis?”. Por eso, creo en la independencia de los museos, pero también que ese diálogo con todos es obligatorio. Que te elijan en un concurso público no significa que estés por encima del bien y del mal. De lo contrario, no sería una institución pública y democrática, sería mi cortijo.

En un momento de polarización, ¿qué papel tiene que jugar un museo como el Reina Sofía en las guerras culturales?

Uno central. El ADN de este museo es el *Guernica*, que es un cuadro político. Picasso está hablando de su presente, pero es un presente continuo, desgraciadamente. El arte es político por naturaleza. Eso no quiere decir que debamos tomar una postura partidista. Nuestro cometido es preservar la complejidad del mundo. Uno de los grandes problemas actuales son las visiones monolíticas y el arte nos enseña que la coralidad de voces es infinita.

Museos en el metaverso, los NFTs, la revolución de la IA... La irrupción tecnológica en el arte es cada vez más apabullante. ¿La observa con interés o con incertidumbre?

No sabemos cómo será el futuro del arte, pero habitualmente los artistas están avanzados a su tiempo o, si lo prefieres, suelen ir a destiempo, piensan en cosas que todavía no entendemos. Leonardo da Vinci inventó la cámara oscura y la fotografía y, siglos después,

se redescubrió. Los artistas están para preconizar con su imaginación radical. Un museo nacional de esta escala no está para eso, sino para empezar a reconocer los futuros que ya están aquí. Por ello, hay que escuchar y estar atento.

¿Qué opina de las exposiciones inmersivas? Son la puerta de entrada de niños y jóvenes al mundo del arte.

Pues me parecen pastiches hechos a partir de obras de arte del pasado: Van Gogh, Klimt... Nadie se atreve a hacer una de Marina Abramovic. Creo que es una pena y que no contribuyen a nada. Yo intento conseguir que los adolescentes que vienen al museo se sientan cómodos, que saquen fotos, que tengan una experiencia directa con el arte.

Hay quién dirá que también contribuyen a la democratización de la cultura, ¿no cree?

A mí me interesa mucho lo digital y las redes, pero no debe limitarse sólo a eso. De hecho, soy bastante conservador y estoy a favor de cómo eran los museos cuando nacen en el siglo XVIII y las clases sociales se encuentran por primera vez en sus pasillos. Hay una frase de la Restauración que me encanta: "El museo es un lugar donde una sociedad debe hacerse transparente a sí misma". ¡Es preciosa! Ir a un museo no es solo tener una experiencia delante de un cuadro, es algo que puedes compartir, es un lugar de encuentro. Por otro lado, es cierto que los museos tradicionales están hechos para el ojo, pero tú tienes un cuerpo entero. Como mucho, te sientas en un banco, pero sólo miras, no tocas. Los artistas contemporáneos trabajan en otro plano, donde el cuerpo entero existe, donde hay un peso, un volumen, un deseo, una movilidad... Ésa es una inmersión distinta a la que venden esas exposiciones inmersivas. No nos queda otra que buscar ese tipo de impacto y las redes nos ayudan mucho a conseguirlo. Pero, para mí, la experiencia de la visita al museo, la que implica entrar por la puerta, es fundamental.

Una curiosidad para terminar: ¿qué tipo de obras tiene en casa el director del Reina Sofía?

Cuando trabajas como comisario, estableces una relación de amistad profunda con los artistas y es muy habitual, casi una tradición, que te regalen una pieza. Pero a mí siempre me quemaban en las manos y las terminaba donando. Algunos artistas se enfadaban conmigo. Hasta hace poco, nunca había comprado nada, pero ahora que tengo pareja desde hace seis años, que parece que estamos construyendo algo que funciona muy bien y que a él también le interesa el arte, hemos ido comprando algunas cositas de artistas emergentes y de precio muy asequible. Son cosas que te tocan a nivel emocional, que te gusta ver por las mañanas cuando te levantas de la cama. No es que ahora quiera convertirme en coleccionista, pero ese no era un deseo que antes hubiera tenido. ¡No sé qué pasará si algún día rompo! Quizá acaben en la colección. ¡Espero que no! ●

"Las exposiciones inmersivas me parecen un pastiche de obras del pasado. No contribuyen en nada"

LA VERBENA Maruja Mallo



MÁS ALLÁ DEL GUERNICA

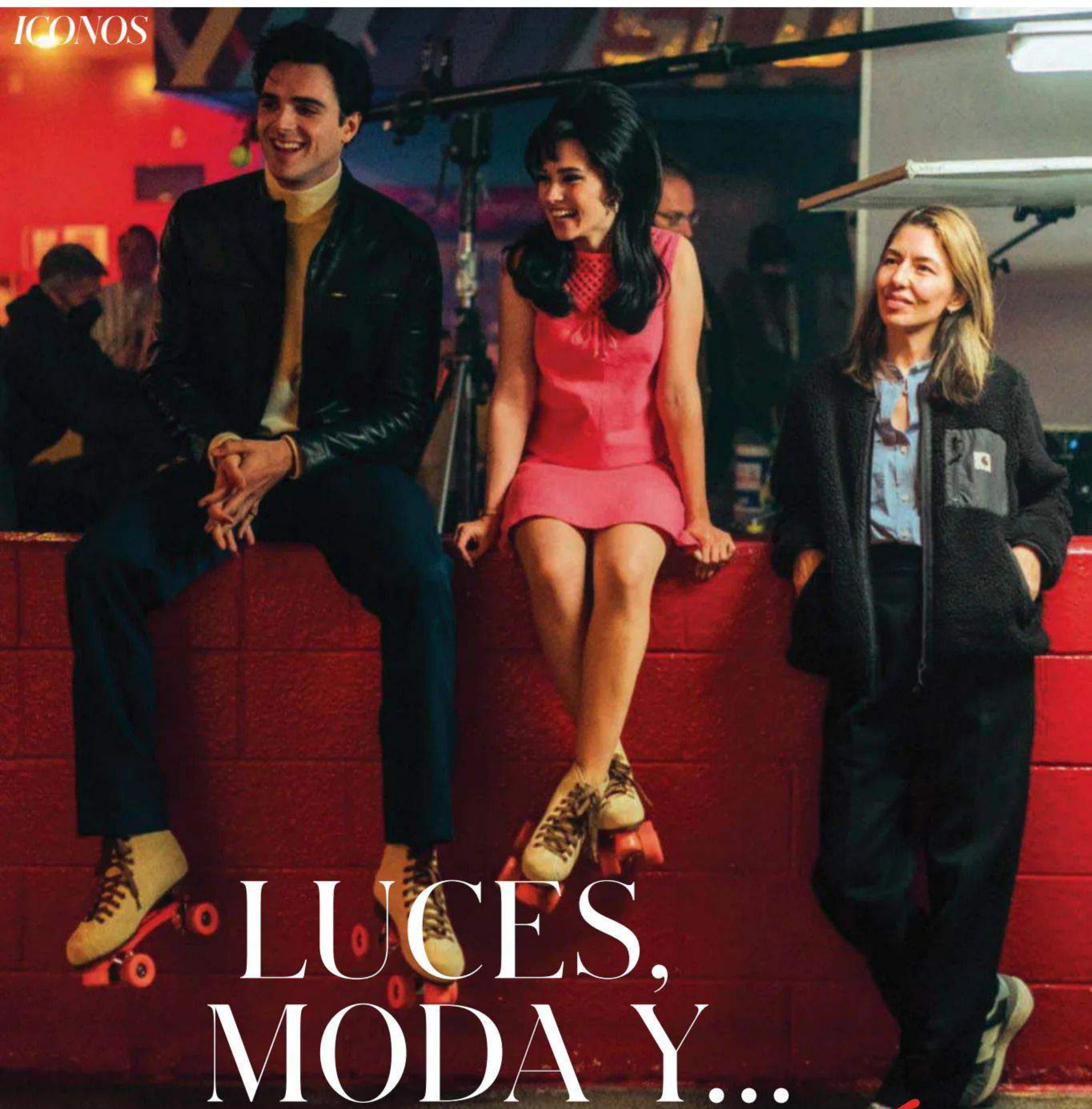
El Reina Sofía es, sin duda, mucho más que la famosa obra de Picasso que es emblema de la institución. Su nuevo director siente debilidad por tres obras de su colección permanente: *Un mundo*, de Ángeles Santos, "otro icono total del museo"; las máscaras de cuero del "fantástico escultor" Pepe Espaliú; y *La verbena*, de Maruja Mallo, "una gran artista, con una obra algo escasa, pero que es un personaje fundamental de nuestra vanguardia".



UN MUNDO Ángeles Santos



SANTOS VII Pepe Espaliú

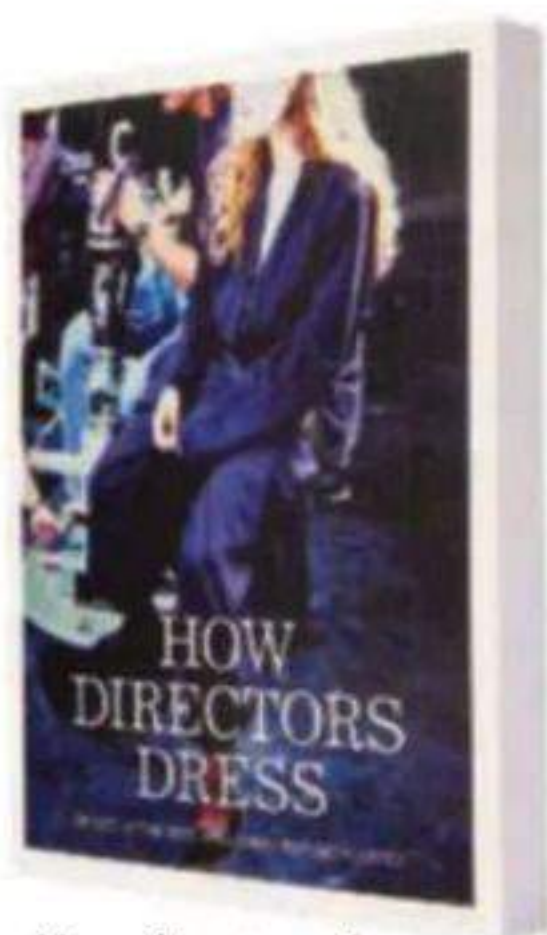


LUCES, MODA Y...

ACCIÓN

En el set, Sofia Coppola lleva camisas de Charvet, Almodóvar se ha convertido en un amante de Prada y muchos, como John Ford o Spielberg, encontraron la comodidad en las gorras.

Por E. V.

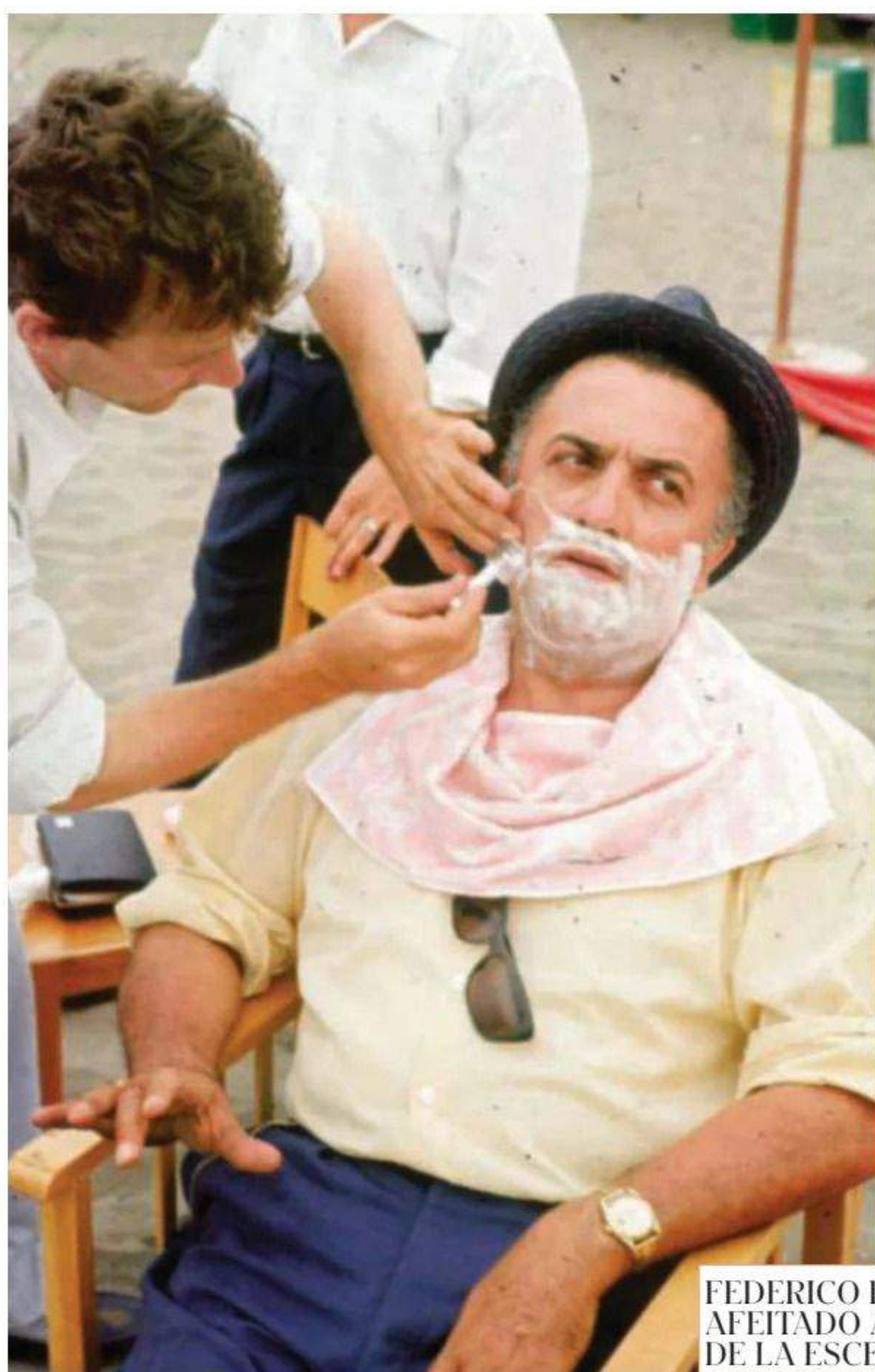


How directors dress, un ensayo sobre semiótica de la moda, editado por A24.

SOFIA COPPOLA,
FAN DE CHARVET,
EN PRISCILLA



ALMODÓVAR
Y SUS
CHICAS DEL
MONTÓN



FEDERICO FELLINI,
AFEITADO ANTES
DE LA ESCENA

La moda da mucha información: quién eres en el trabajo o en la vida, cómo quieres aparecer ante otros... Esto también les sucede a los cineastas. Lo único es que, cuando uno se convierte en director, está intentando entrar en un mundo que ha creado y es un observador. Es lógico que saques lo mejor de otras personas y no ser tú el centro de atención. Cuando voy al set, no quiero lucir algo que grite. “¡Ella es la que está al cargo! Por ello, siempre opto por algo sencillo y cotidiano”, reflexiona la directora y guionista británica Joanna Hogg en el prólogo del nuevo libro *How director dress*, de A24, un ensayo sobre la semiótica de la moda en los rodajes que ha editado el periodista Charlie Robin Jones y cuya portada protagoniza Hogg con un modelo del diseñador japonés Yohji Yamamoto. Pero si la directora de *The Souvenir* o *La hija eterna* y descubridora de Tilda Swinton se inclina por los trajes –“una estructura que te mantiene unido”–, hay otros que remarcan el poder a través de una indumentaria más ostentosa.

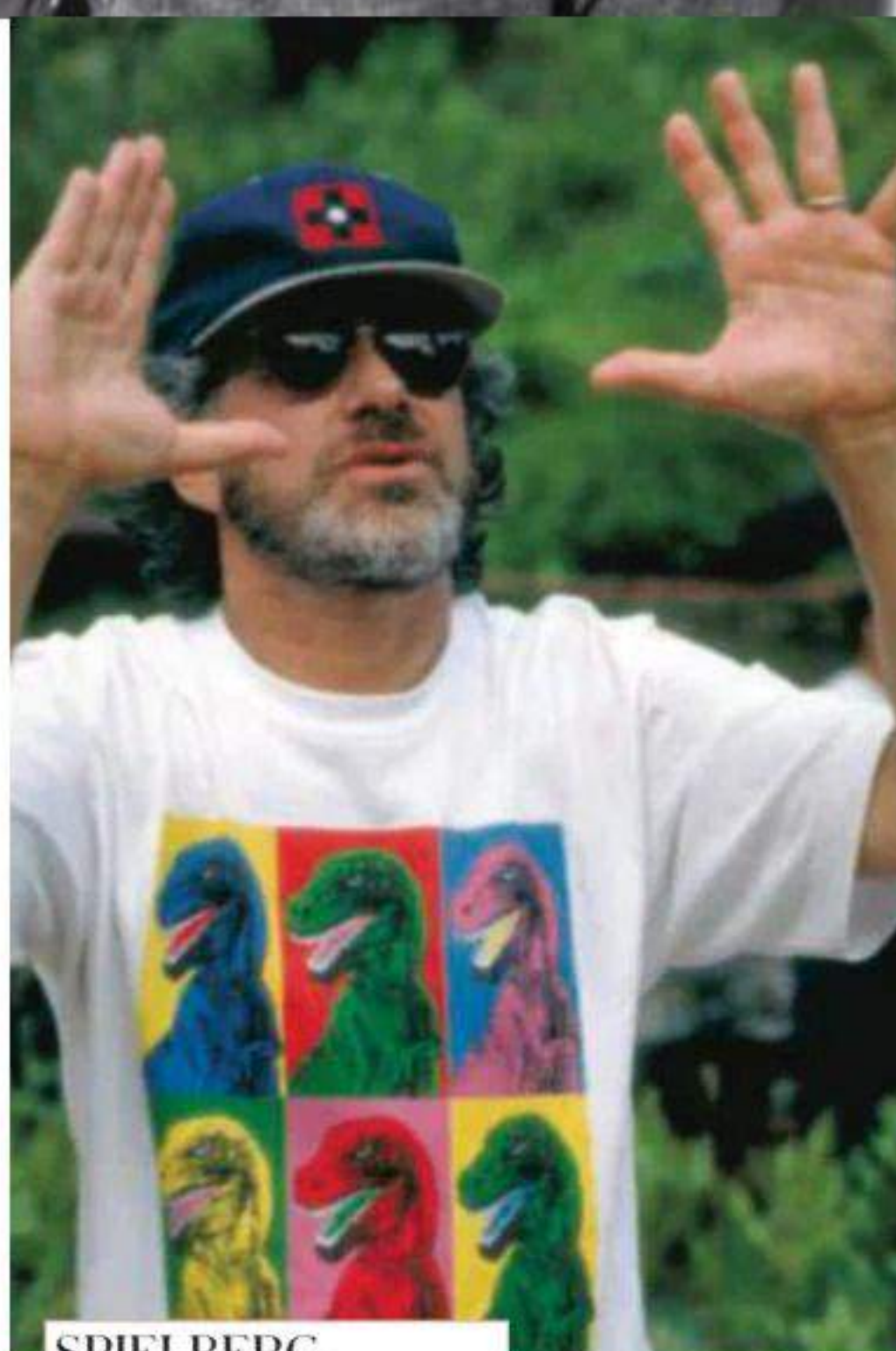
El libro está lleno de curiosidades: Fellini se afeitaba cada día antes de rodar la primera escena. Wong Kar-Wai siempre usaba anteojos para evitar la luz solar intensa. Igual que Pedro Almodóvar que, debido a su ftofobia, a veces luce sus gafas de sol de Prada, una firma que lleva tiempo abrazando y que destila con sus referencias manchegas a los barquillos o a los melones. En *La flor de mi secreto*, rodada en 1995, junto a Rossy de Palma y Marisa Paredes, el personaje de Chus Lampreave, a punto de ponerse en esa escena unas gafas de sol, se imbuje del espíritu de su madre. “No me vais a meter en un quirófano. Una operación es como un melón cerrado. Hasta que no lo abres, no sabes si está bueno o está *pasao*”.



SCORSESE
Y DE NIRO,
EN TAXI A
NUEVA YORK



JOHN FORD,
UN COWBOY
JUNTO A AVA
GARDNER



SPIELBERG,
PRECURSOR DEL
MERCHANDISING

El español combina como nadie los estampados de Prada, del mismo modo que su nueva directora de arte, Inbal Weinberg, crea escenarios exquisitos. Su película más conocida es *Suspiria*, del italiano Luca Guadagnino. “Su cambio es interesante y real. Al tener un poco más de dinero, empezamos a querer ir a la tienda que antes no podíamos permitirnos. Pero creo que también hay algo más: la moda como una forma limpia de expresión”, dice el editor del libro, que ha trabajado para algunas de las revistas más cool del momento, como *032c* o *Dazed*.

A su vez, en esta compilación de los mejores looks cinéfilos verán que a James Cameron le encantan las camisetas de motocross y sabrán que su estrella, Kate Winslet, se negó a usar un traje de neopreno en el set de *Titanic* y contrajo neumonía. En *Parque Jurásico*, Steven Spielberg también encontró la comodidad en las camisetas con estampados de dinosaurio a lo Warhol y su inconfundible gorra de béisbol. Éste es un complemento recurrente. Ahí tenemos a John Ford, siendo acariciado por Ava Gardner en *Mogambo*. En el set de *Una árida estación blanca*, Euzhan Palcy llevaba esmalte de uñas de color rojo brillante y, de nuevo, una gorra de béisbol con un pequeño abanico en el ala, alimentada por un panel solar. Para el editor Charlie Robin Jones ha sido un auténtico descubrimiento dar con



El epicentro de la CREATIVIDAD

Madrid da la bienvenida a Creative Campus, el place to be para formarte en los empleos creativos más demandados.

La economía creativa se consolida como una de las industrias del futuro, que ya representa el 6% del PIB global y un 6,2% de todo el empleo generado, con más de 50 millones de trabajadores en todo el mundo, principalmente jóvenes de 20 a 29 años.

Es por ello, que las empresas demandan cada vez más perfiles que den respuesta a las necesidades de un mundo en constante efervescencia.

Si tu creatividad es tu mayor talento, Creative Campus, la escuela de diseño de la Universidad Europea, es tu llave para un futuro de lo más prometedor.

POTENCIANDO EL TALENTO CREATIVO

Creative Campus se erige en pleno corazón de Madrid, en la calle María de Molina, 39, con unas instalaciones vanguardistas y una oferta formativa ideada para cubrir las necesidades profesionales de la industria creativa. Nace de la mano de la Universidad Europea en colaboración con IADE Escuela de Diseño, y su objetivo es formar a los profesionales del futuro mediante un modelo académico experiencial.

Para ello, cuenta con todas las titulaciones relacionadas con la economía creativa: Comunicación y Gestión de moda, Diseño y Creación de moda, Diseño de interiores, Diseño de producto, Diseño gráfico, Animación y Diseño de videojuegos, son algunas de sus propuestas formativas.

La razón de ser de Creative Campus es formar a los profesionales del futuro mediante un modelo académico experiencial, basado en proyectos reales. Para ello, han desarrollado sus planes de estudio en colaboración con profesionales y empresas punteras del sector de la economía creativa. Por ejemplo, el Máster en Gestión de Empresas de Moda viene amparado por la reconocida marca de moda Desigual. Además, recientemente han firmado un convenio de colaboración con la UAL (University of Arts of London), y entre su listado de empresas colaboradoras sobresalen nombres como Loewe, Ecoalf, Aristocrazy o el Grupo Tendam.

Todo ello conforma la sinergia perfecta que garantiza unas perspectivas de lo más interesantes para sus estudiantes, con un prometedor futuro por delante en el que la creatividad no conocerá límites.



Trabajos de estudiantes de Creative Campus en las titulaciones de Diseño de Interiores, Diseño de Moda, Diseño de Producto y Diseño Gráfico.



DAVID LYNCH,
TODO UN
CABALLERO
EN EL RODAJE



EL ARTISTA
KEN RUSSELL
Y LA MODELO
TWIGGY

“PEDRO ALMODÓVAR,
SEGUIDOR DE
PRADA, USA LA
MODA COMO
UNA FORMA
LIMPIA DE
EXPRESIÓN”



DAVID LEAN Y
LA FUERZA DE
LOS MARES

el fascinante estilo de esta mujer, que logró que Marlon Brando saliera de su retiro para desempeñar un papel secundario en la producción.

En el rodaje de *Brokeback Mountain*, Ang Lee también llevaba una gorra de béisbol de Dairy Queen y Spike Lee ha pasado a la historia de la moda del cine por ellas. Pero, ¿por qué esta obsesión? “El trabajo de dirección puede ser físicamente exigente. Las horas son largas, abarcan días enteros, desde antes del amanecer hasta después del anochecer. Las condiciones pueden ser extremas, el clima es un factor. Pasas tiempo de pie, de rodillas, en el barro, encorvado... la vestimenta adecuada ayuda”, apunta el escritor de moda Adam Wray.

Sin embargo, hay otros cineastas que no pierden la oportunidad de pasar ellos mismos por estrellas del rodaje. Ahí está Ken Russell dirigiendo a la icónica modelo Twiggy en *El novio* (1971). Sofia Coppola, como ya hizo en *María Antonieta*, encarga a Charvet, fundada en la Place Vendôme de París en 1833, camisas abotonadas hechas a medida, en azul pálido. Para muestra, su look durante su última película, *Priscilla*, junto a Jacob Elordi y Cailee Spaeny. Su encanto a la hora de vestir la llevó a convertirse en imagen de Chanel, aunque en su caso la relación con la *maison* comenzó cuando se inició como becaria de Karl Lagerfeld.

Ya en *Taxi Driver*, con Robert de De Niro, Martin Scorsese demostró ser un *dandy* junto a esa especie de sahariana a lo YSL, igual que David Lynch, con un pantalón camel de tallo alto, mientras dirigía a Dean Stockwell y Francesca Annis en *Dune*. David Lean no perdió el estilo mientras rodaba, a mar abierto, *La hija de Ryan*. Formales e informales, todos ellos están hechos un figurín. ●

Una CONDUCCIÓN *basada en* EMOCIONES

La emoción y las sensaciones caracterizaron la obra de Antoine de Saint Exupéry, del mismo modo que el diseño del nuevo DS 4

El DS 4 Antoine de Saint Exupéry rinde homenaje al escritor francés con una serie especial que incorpora detalles basados en su novela “Correo Sur”, la cual narra la vida de los pilotos encargados de los vuelos postales a principios del siglo XX. Toda una oda al refinamiento, la elegancia, el cuidado por el detalle y la tecnología.

UN IDILIO ENTRE LA ELEGANCIA Y LA TECNOLOGÍA

El modelo incluye acabados exclusivos que lo coronan como un objeto de deseo. En su interior, la tapicería de cuero marrón nappa Criollo es un guiño a los asientos de los aviones las décadas de 1920 y 1930, la gran pasión junto a la escritura de Saint Exupéry.

La figura del autor de “El Principito” está presente en otros elementos como su firma en el salpicadero o el dibujo de un avión y la frase “las estrellas miden las verdaderas distancias”, que dejó plasmada en su primera novela, en la que se inspira el diseño.

De presencia imponente, el DS 4 combina proporciones compactas, aerodinámica, fuerza y eficiencia. Además, se propulsa por distintas propuestas de motorización como el motor Pure Tech gasolina, el BlueHDI diésel ambos de 130CV, y el motor Híbrido Enchufable de 225CV así como el HYBRID 136 autorrecargable. El espíritu aventurero de Saint Exupéry se traslada al automóvil ideal para los nómadas de nuestro tiempo.

“El Principito” está presente en elementos como el dibujo de un avión y la frase “las estrellas miden las verdaderas distancias”.



Es el autor de dos de los libros de no ficción más importantes de los últimos años. Hablamos con el escritor de Boston acerca del futuro de su país, las mentiras de Trump y las mafias del tráfico de personas, a las que dedica su nuevo lanzamiento en España.

EL PERIODISTA OBSTINADO

PATRICK RADDEN KEEFE

Por Aloña FDEZ. LARRECHI

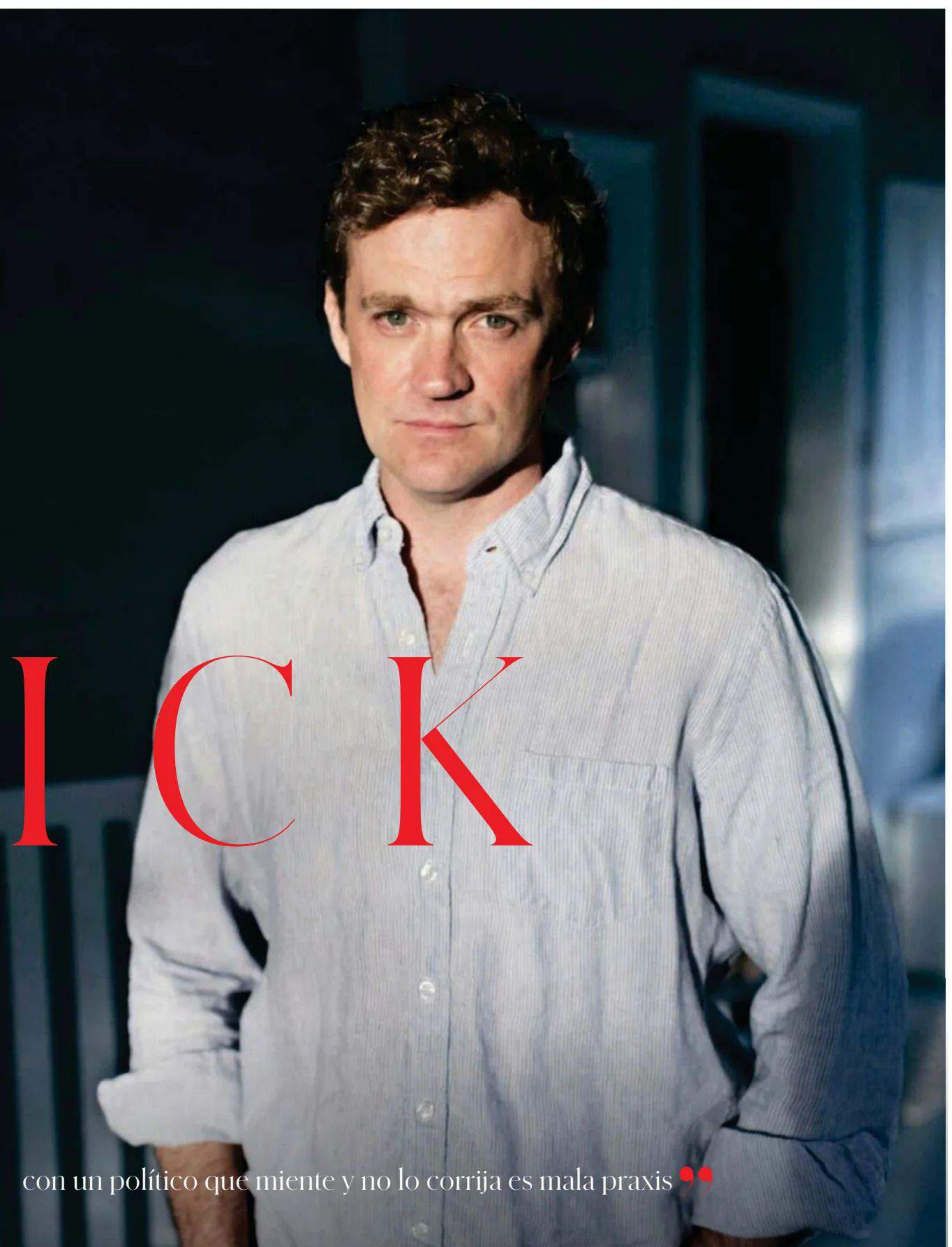
En la primavera de 2005, los periódicos sensacionalistas de Nueva York seguían al detalle el juicio de la hermana Ping, el afable apodo por el que todo el mundo en Chinatown conocía a la quincuagenaria Cheng Chui Ping. Nacida en una humilde aldea china, desde los años 80 vivía en el barrio neoyorquino, donde regentaba una tienda y dirigía una red de contrabando de personas con la que introdujo a 3.000 compatriotas en Estados Unidos. Un negocio que le permitió embolsarse más de 40 millones de dólares. Convencida de que no había hecho nada malo, Ping asistía impasible al proceso en el que se le juzgaba por tres delitos. Mientras, en la Facultad de Derecho de la ciudad, Patrick Radden Keefe (Boston, 1976) se preparaba para presentarse al examen de abogado.

“Había ido a la Facultad de Derecho no porque quisiera ser abogado; quería ser periodista”, reconoce Radden Keefe al otro lado de la pantalla. “Pero no estaba seguro de poder ganar dinero haciendo eso. Así que pensé: “Debería ir a la Facultad de Derecho, por si acaso”. Mientras asistía a conferencias sobre fideicomisos como paso previo a la prueba final, algo que encontraba “realmente aburrido”, Keefe “leía los periódicos que hablaban sobre el juicio de la hermana Ping, en el que estaba muy interesado”. Tanto que lo escogió como su enésimo intento para convertirse en lo que realmente quería ser: periodista. Pero no deseaba ser un reportero cualquiera, quería trabajar en *The New Yorker*, la revista que le “encantaba leer cuando tenía 16 años.” A los 20, empezó a enviar a la redacción de la publicación semanal propuestas de repor-

tajes. La respuesta siempre era negativa y lo fue durante casi una década. Hasta que planteó un reportaje sobre la distracción informativa con la que mataba el tiempo en sus clases y la publicación lo aceptó.

“Era el artículo más largo que había escrito en mi vida, 8.000 palabras”, recuerda el escritor. Sin embargo, “me pareció que era solo la punta del iceberg, que había mucho más que contar”. Y lo que comenzó como un pasatiempo se convirtió en libro, en 2009. Con el título de *Cabeza de serpiente. Una epopeya oscura en Chinatown* (Reservoir Books), llegará a las librerías españolas el 5 de septiembre. Y, aunque han pasado 15 años desde su publicación, el autor no duda en afirmar que “hoy en día es más relevante que cuando se publicó en Estados Unidos”, porque las mafias que se enriquecen con el tráfico de personas siguen trabajando en todo el mundo.

“Nos dedicamos a la verdad. Que un periodista esté en un escenario

A man with short, curly brown hair and light-colored eyes is looking directly at the camera. He is wearing a light blue, long-sleeved button-down shirt with a chest pocket. The background is dark and out of focus, showing a window with light coming through. The text 'ICK' is overlaid in a large, red, serif font.

ICK

con un político que miente y no lo corrija es mala praxis ”

La Corte Suprema seguirá ahí incluso si Kamala Harris gana. Y, entonces, las cosas podrían empeorar bastante, no solo para EE.UU.

Aunque luce el bronceado de quien lleva cinco semanas viviendo en Barcelona, donde el autor de *No digas nada* y *El imperio del dolor* (ambos de Reservoir Books) ha sido el primer invitado de un programa de residencias internacionales del Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), Radden Keefe no permanece ajeno a la actualidad política de su país, marcada por las elecciones presidenciales de noviembre. Tras la renuncia del candidato demócrata y actual presidente, Joe Biden, quien “se dio cuenta de que, por el bien del país, necesitaba dar un paso a un lado”, aunque “habría sido bueno que lo hiciera antes”, el escritor se muestra optimista sobre la elección de Kamala Harris como candidata: “Será una pelea muy difícil, pero ella está mucho mejor posicionada para librarla que él”. Y añade: “También es importante recordar que la Corte Suprema seguirá ahí, incluso si Kamala gana. Y, entonces, las cosas podrían empeorar bastante. No sólo para Estados Unidos. En el cambio climático, por ejemplo, el tribunal es muy pro-empresarial y muy anti-regulación. Éste es un ámbito que tiene consecuencias en todo el mundo”.

Si es Donald Trump quien logra la victoria, Keefe reconoce que sus inquietudes se trasladan también al “futuro de la OTAN”, algo que “es una preocupación para Ucrania, pero también para los estados bálticos”. El expresidente y candidato republicano fue uno de los protagonistas de su libro *Maleantes. Historias reales de estafadores, asesinos, rebeldes e impostores* (Reservoir Books), con un capítulo en el que el periodista analizaba su carrera política a partir de su participación en el programa de televisión *The Apprentice*.

Para él, el respaldo electoral a Trump viene dado por su “imagen del éxito”, porque “algunas de sus políticas, como la inmigración” son “todo retórica”. “La ironía máxima –prosigue–, es que tenga un apoyo tan sólido en la clase trabajadora blanca, cuando se trata de un tipo que nació rico, que cuida de los ricos y no es alguien que sienta una fuerte lealtad hacia la clase trabajadora o tenga un plan para mejorar su situación (...) Pero éste es un viejo problema en Estados Unidos”, reconoce, antes de señalar que “el Partido Republicano ha sido muy inteligente al apropiarse de ciertas cuestiones culturales o polémicas, como la inmigración o el aborto, y usarlas para que la clase trabajadora vote en contra de sus intereses”. Un programa electoral que, unido a que Trump es alguien “muy carismático y entreteni-

do”, genera “una especie de culto de la personalidad más propio de la telerrealidad que de la política”.

“También diré que creo que los medios siguen siendo demasiado indulgentes con él”, aclara Radden Keefe, y pone como ejemplo el debate que acabó con la carrera electoral de Biden, en el que la atención estaba centrada “en la edad” de éste, y no en que el candidato republicano dijo “muchas mentiras”. “En una situación en la que hay decenas de millones de espectadores y Trump está manifestando cosas que no son ciertas. El trabajo de los moderadores es expresar: ‘Eso no es cierto’. Nos dedicamos a la verdad. Que un periodista esté en un escenario con un político que miente y no lo corrija es mala praxis.”

Durante aquella primavera en la que supo de la existencia de la hermana Ping, Radden Keefe aprobó su examen de abogacía. Nunca ejerció, pero todo lo que aprendió le ha servido para escribir sus libros, porque “soy muy bueno encontrando documentos judiciales, el conocimiento jurídico te ayuda a saber dónde buscar”, y a responder a “las cuestiones jurídicas y políticas que surgen en el desarrollo de sus historias”. Firme creyente de que “es importante en la vida en general y, especialmente, en el periodismo, poder manejar el rechazo”, en el despacho de su casa en Nueva York, tiene colgada la primera carta en la que *The New Yorker* rechazaba sus propuestas.

Tras unas semanas en España, regresará allí para trabajar en su próximo libro, aunque sus dos hijos no creen que el suyo “sea un empleo real y piensan que me paso el día frente al ordenador”. “Para ellos, la idea de un trabajo en el que todo lo que haces es escribir les parece fácil. Y no se equivocan, es genial”, afirma el hombre que en las últimas dos décadas se ha convertido en una figura destacada del periodismo de investigación. Sus hijos todavía no han leído los libros que han hecho de él un referente, pero “saben que me siento afortunado de que se lean” y de que “incluso en Barcelona, la gente se acerque para decirme que han leído éste o aquel. Si después de que hayas trabajado para publicarlo, una persona ha gastado su dinero en comprarlo y, luego, ha dedicado tiempo a leerlo, lo siento como un milagro.”

Y, aunque en sus estanterías no faltan reconocimientos, Keefe afirma que, más que los premios, “lo importante son los lectores”. Especialmente cuando le escriben “personas que han tenido seres queridos que han luchado contra la adicción” para decirle lo importante que ha sido para ellos *El imperio del dolor*, su libro sobre la crisis de los opiodes. Con *Cabeza de serpiente*, muchos jóvenes chino-estadounidenses han descubierto todo lo que vivieron sus padres. “Es una locura, me da escalofríos pensarlo. Pero así es cómo funcionan a menudo las familias: guardan silencio sobre las peores experiencias de sus vidas”. Porque el periodismo de investigación no es algo personal sólo para quien lo ejerce. ●

NO FICCIÓN EN SERIE
Ganador del premio Orwell y el National Book Critics Circle Award, *No digas nada* (Reservoir Books) es una excepcional crónica del conflicto de Irlanda del Norte. Un relato brillante que, antes de que acabe 2024, llegará a Disney+ en formato miniserie. Pero esta no es la única adaptación de una obra de Radden Keefe, y la prestigiosa productora A24, ya trabaja en la adaptación de *Cabeza de serpiente*.



BE 50 YA

Años



CELEBRAMOS
50 AÑOS
DE MINERALIZACIÓN
MUY DÉBIL
PARA VIVIR
MUY FUERTE





Renovar hábitos,
retomar proyectos
o comenzar de
cero. Septiembre
nos concede
siempre una nueva
oportunidad.
O, al menos, la
ilusión de que
podemos ser
distintos.

EL FUTURO EMPIEZA AHORA

Por Noelia FARIÑA

TERNURA
RADICAL
DE LAS PASARELAS A LA
CULTURA, DOMINARÁ LA
AGENDA PÚBLICA.



BREATHWORK
LA RESPIRACIÓN CONTROLA EL
SISTEMA NERVIOSO. JOAN COLLINS
YA LO DESCUBRIÓ EN LOS 60.

No importa en qué campo: amor, finanzas, salud... El curso viene cargado de tendencias para ayudarnos en esos propósitos que nos marcamos cada septiembre. Algunas nos conceden las herramientas para alcanzar esos objetivos; otras nos ponen ante el espejo para preguntarnos qué clase de mundo queremos construir.

LO TIERNO ES REVOLUCIONARIO

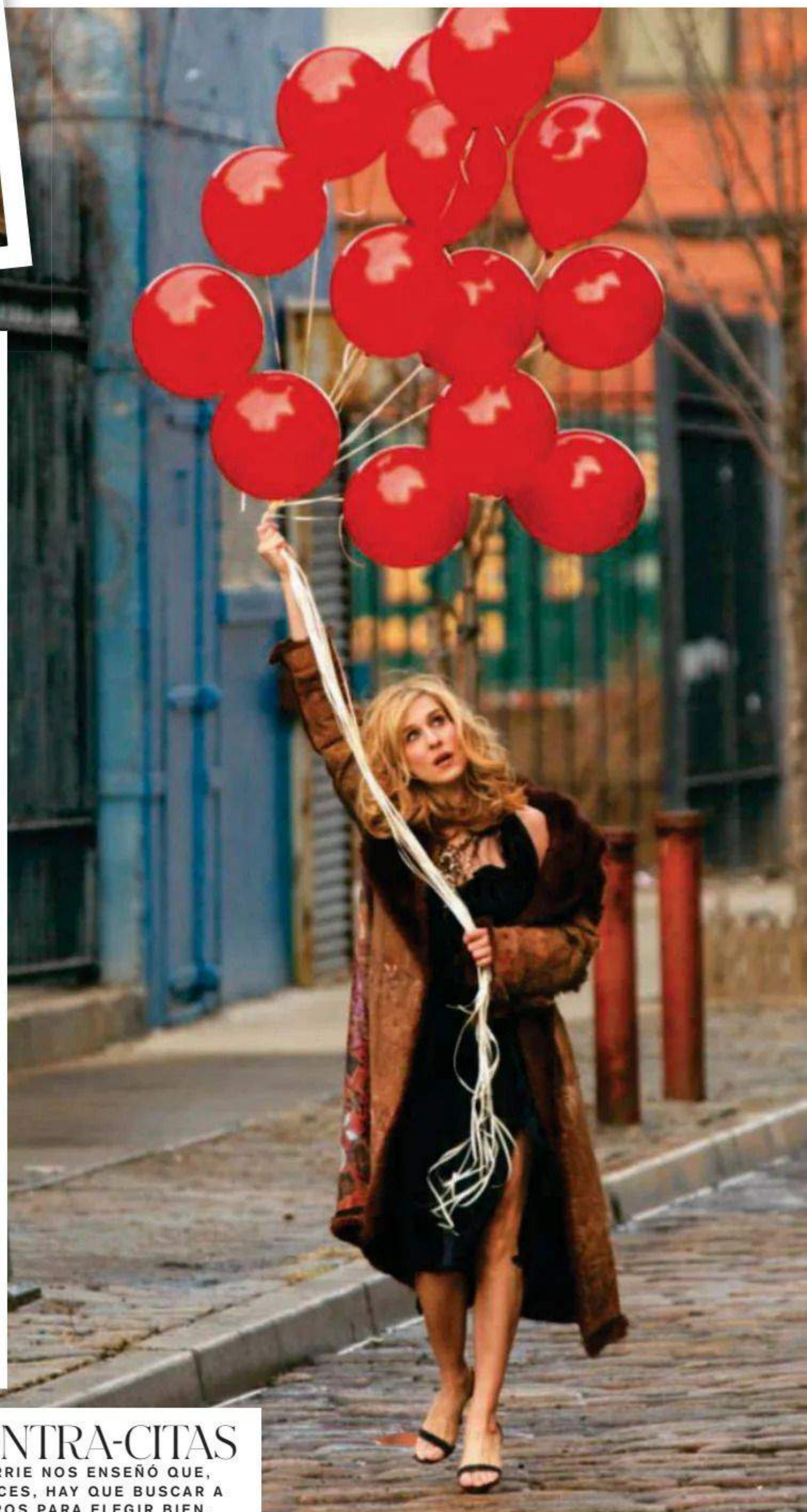
En libros como *La seducción*, de Sara Torres; exposiciones como *A record of Tenderness*, del diseñador irlandés Richard Malone; o películas como la que rodará Jonathan Glazer: la ternura dominará la agenda pública. Denostada por su vinculación a lo femenino y lo sentimental, para la escritora y doctora en Humanidades, Coral Herrera, tiene una fuerte implicación política: "Plantea las relaciones de forma desinteresada, colocando los cuidados en el centro, para construir refugios seguros y reducir las luchas de poder y maltrato".

RESPIRAR... Y NO AHOGARSE EN LA RUTINA

La respiración consciente es la nueva obsesión *wellness*. "Controla el sistema nervioso, pero la mayoría no sabemos utilizarla. Respiramos de forma superficial, perdiendo beneficios psíquicos y de gestión emocional", explican Juan D'Angelo y Marta Plannells, fundadores de The Breath Act, primera escuela española de *breathwork*. "Es una técnica de conexión con uno mismo y se puede enfocar tanto para sanar heridas no resueltas, como para obtener más claridad y foco en lo que quieras desarrollar". Entre sus adeptos hay deportistas de élite y CEOs de Silicon Valley.

BUSCAR EL AMOR LEJOS DE LA ZONA DE CONFORT

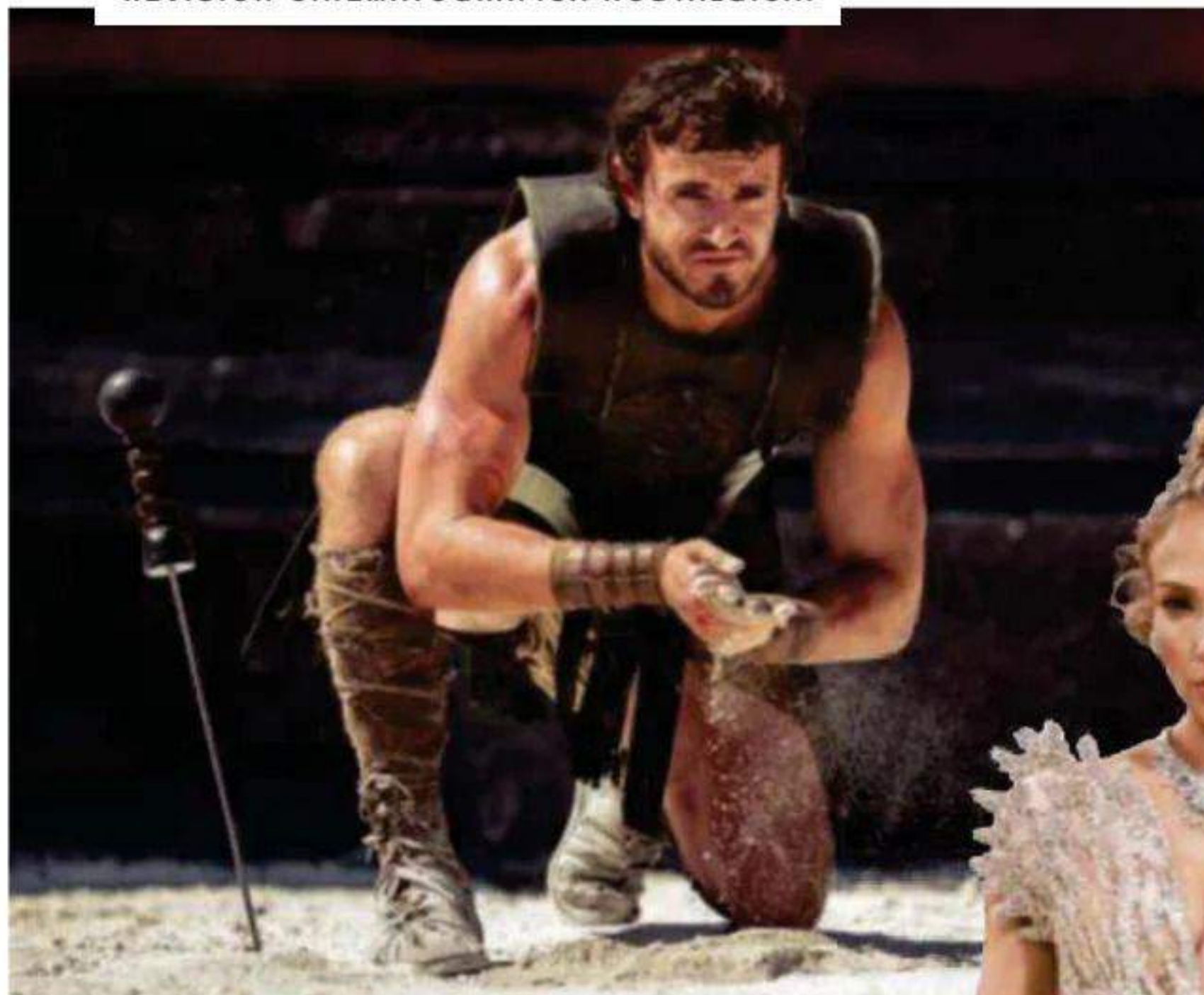
En un capítulo de *Sexo en Nueva York*, cuando la relación con Mr. Big lleva a Carrie a terapia, la psicóloga confirma lo que



CONTRA-CITAS
CARRIE NOS ENSEÑÓ QUE,
A VECES, HAY QUE BUSCAR A
OTROS PARA ELEGIR BIEN.

UNA DE ROMANOS

PAUL MESCAL NOS TRAE *GLADIATOR* DE NUEVO. PERO NO ES LA ÚNICA REVISIÓN CINEMATOGRAFICA NOSTÁLGICA.



SLOWDATING

APRENDER A CONOCERSE, PARA QUERERSE BIEN. COMO STREEP Y REDFORD, EN MEMORIAS DE ÁFRICA.

tanto sus amigas como los espectadores ya sospechaban: “Eliges mal a los hombres”. Las contra-citas buscan romper todos esos patrones, saliendo con personas totalmente alejadas de nuestro gustos y costumbres. ¿No dicen que los polos opuestos se atraen?

IMPERIO NOSTÁLGICO

Si Internet reveló el año pasado la obsesión de los hombres por el Imperio Romano, el esperado estreno de *Gladiator II* apunta a que también ocupará los pensamientos femeninos. “Paul Mescal ha logrado que a todos nos interese la historia”, reaccionaban en X a las primeras imágenes del actor. La película de Ridley Scott, que se estrena el 15 de octubre, se recrea en la épica y la violencia –según la socióloga Cynthia Boaz, los hombres piensan en Roma porque evoca ese pasado de fuerza y poder masculino–, pero lo hace de la mano del novio favorito de Internet, el embajador de una masculinidad más sensible, emocional y vulnerable. Tampoco será la única película que ya hayamos visto antes casi todos. De *Twister* a *Beetlejuice*, como anticipaba el crítico cultural Tom Philip, “el modelo de cebo nostálgico ha alcanzado una nueva cota, con una incesante cantidad de películas dispuestas a rentabilizar el anhelo de los *millennials*”.

TOMARSE EL AMOR CON CALMA

Surge como un efecto rebote a las citas de “usar y tirar” y consiste en tomarse las cosas con calma para construir relaciones más significativas. “Es una medida de autodefensa emocional”, defiende la autora de *El contrato amoroso*, Coral Herrera. “Ir lento nos permite controlar los procesos en el noviazgo. No está basado

ni en la represión sexual ni en despertar el deseo del otro, sino en conocer con qué clase de persona estamos tratando y si se dan las condiciones necesarias para quererse bien”.

AHORRAR YA NO NOS AVERGÜENZA

El *low budgeting* es lo último en materia de consumo. “Consiste en la transparencia. En un entorno que nos empuja a consumir, unos valientes han empezado a decir que no a gastos que no se pueden permitir”, explica la economista Silvia Llorens, creadora del programa de *coach* Calma Financiera. En lugar de manifestar éxito y riqueza para mejorar sus finanzas, como recomiendan Jennifer Lopez y los gurús del pensamiento positivo, las redes sociales han decidido proyectar su realidad económica y la necesidad de ahorrar. Para la experta, ayuda a priorizar gastos y comunicar honestamente por qué no vas a hacer determinados planes, abriendo la posibilidad a otras alternativas más económicas.

LOW BUDGETING

LA TRANSPARENCIA FINANCIERA GANA FRENTE A LA OSTENTACIÓN DE LA QUE HACE GALA JENNIFER LOPEZ.



Hello!

Aprende inglés con los expertos



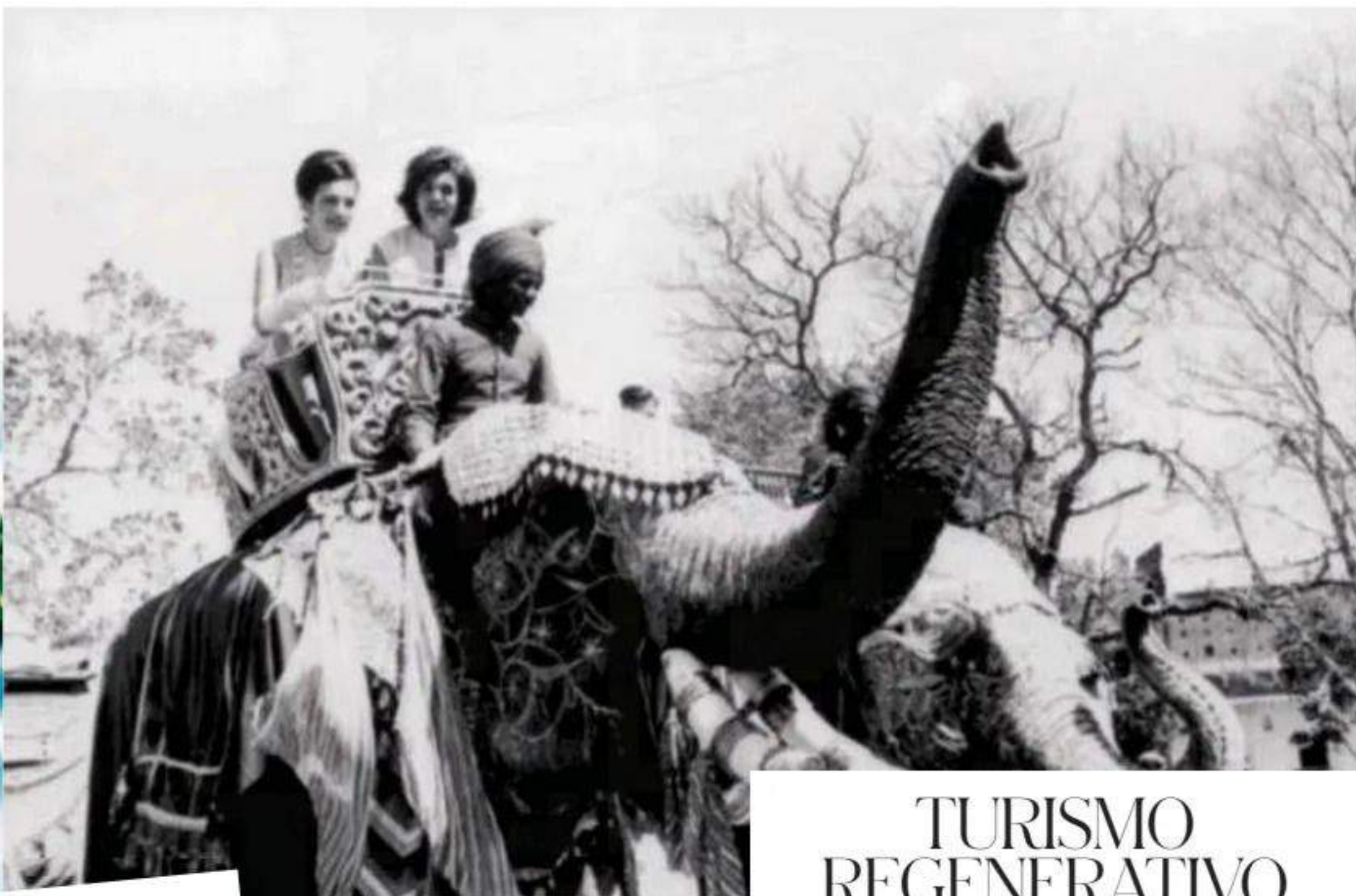
Cursos de inglés para toda la familia: niños, jóvenes y adultos

**Matrícula abierta para el curso 2024-25
¡Inscríbete ya!**

Madrid | Somosaguas | Las Rozas | Barcelona | Bilbao | Valencia | Palma

FOODTECH

LAS APPS TAMBIÉN LUCHAN CONTRA EL DESPERDICIO ALIMENTARIO.



TURISMO REGENERATIVO

OBJETIVO: MEJORAR TU DESTINO. ¿LO HIZO JACKIE KENNEDY EN LA INDIA?

LA IA COMO ALIADA ALIMENTARIA

Mediante el uso de inteligencia artificial o big data, la *foodtech* persigue optimizar nuestra alimentación y reducir un desperdicio alimentario que, según la FAO, asciende a 1.3 billones de toneladas anuales. Proliferan *apps* como Olio o Yo no desperdicio, que permiten a los usuarios intercambiar alimentos, mientras que Best Before lleva un control de la nevera para que no se nos pase ni una fecha de caducidad. Porque comer bien implica cuestionar lo que hay en el plato como lo que tiras a la basura.

VIAJAR PARA MEJORAR

El deseo de viajar sin huella de carbono ni cargo de conciencia –según datos de Booking, el 80% de los turistas quiere hacerlo de forma más sostenible–, está impulsando el desarrollo de experiencias regenerativas, que buscan dejar el destino mejor de lo que se encuentra. Las ofertas van desde plantar arroz en el Delta del Ebro a recoger basura oceánica mientras buceamos.

MUJERES QUE HORNEAN Y FACTURAN

Desde sus impolutas cocinas, mientras hornean pasteles o arrullan bebés, las *tradwives* apelan a su derecho a elegir ese rol: una vida dedicada al hogar y al sometimiento del marido. Perfiles como Estee Williams o Nara Smith son los rostros de un movimiento que promueve una vuelta a la familia tradicional de los 50. Eso sí, desde el privilegio y la autonomía. “Lo perverso es que nos hacen creer que, si te conviertes en una de ellas, incluso puedes ganar dinero”, apunta Herrero, que vincula el fenómeno con la *manosfera* y la precariedad laboral. “El feminismo nos pidió que saliéramos de casa para tener economía autónoma y la realidad es que conseguimos una doble jornada laboral, porque ellos no entraron masivamente en el sistema de cuidados”. Tener una *tradwife* no está al alcance de todos. La experta calcula que se necesita un salario doble para mantener ese ritmo de vida, nada en comparación con los costes para las mujeres: “Nosotras pagamos en derechos, libertad y tiempo. A no ser que las *tradwives* reclamen un salario a su marido, con cotización y jubilación. Porque los cuidados son un trabajo”. ●



TRADWIVES

NANCY REAGAN, EN LA FOTO CON SU MARIDO RONALD Y SUS HIJOS, ES EL MODELO DE LAS ESPOSAS TRADICIONALES.



Los platos de PAULA

Fabada, comida china, pasta, pero también pizza o hamburguesa. Son algunas de las preferencias gastronómicas de Paula Echevarría, con la que coincidimos en la presentación de la King Dabiz, de Burger King.

Me encanta comer, y tengo muchos platos favoritos según la época del año". A Paula Echevarría se le hacía la boca agua al hablar de comida mientras esperaba para probar la nueva King Dabiz, la hamburguesa que ha creado el chef Dabiz Muñoz junto a Burger King. Y decidimos hablar con ella y meternos... hasta la cocina.

"Penne all'arrabbiata, comida china, hamburguesas, pizza, y por supuesto fabada asturiana. Depende de la época del año soy más de unas cosas que de otras, y en invierno la cuchara es mi perdición". Se confiesa fan incondicional del desayuno, "hasta el punto que, si falta algo de lo que considero fundamental, como leche, café o pan, soy capaz de irme a cualquier gasolinera a las diez de la noche", y asegura que ha aprendido a valorar la comida "de Mamá" aunque no le da tiempo a añorarla mucho porque Miguel

Torres, su marido, "no sabes cómo cocina". Y como le gusta tanto comer, le parece una idea estupenda la colaboración entre Dabiz Muñoz y Burger King, "es una forma genial de acercar la alta cocina a todo el mundo, hacerla accesible sin tener que renunciar a calidad".

Así que, a falta de más maña en la cocina, hace su aportación gastronómica vistiendo la mesa cuando tienen invitados: "Me encanta poner la mesa bonita. Tener un buen vino, una buena vajilla. La verdad es que hoy en día se hacen tantas cosas bonitas para

mezclarlas". Con estas últimas palabras Paula se despide. La nueva King Dabiz la espera y no quiere perderse esta "fiesta del sabor". Una mesa alargada en negro y rojo en una

"Es una forma genial de acercar la alta cocina a todo el mundo, hacerla accesible sin tener que renunciar a calidad"

de las salas de la Fundación Pons es el escenario perfecto para presentar esta nueva creación disruptiva que el mejor cocinero del mundo ha creado junto a Burger King.

ROMPER LA NORMA

1

COURRÈGES ÚNICO BOLSILLO

Nicolas di Felice, el creativo de la casa francesa, hace una propuesta atrevida, colocando un único bolsillo en todas las prendas de la colección: abrigos, vestidos, pantalones, faldas...

Muchas de las grandes firmas internacionales se han cansado de seguir la corriente y hacen apuestas, tan arriesgadas como hermosas, para las colecciones de otoño que llegan.

Por G. PÉREZ



2

COMME DES GARÇONS DE CABEZA A PIES

Llamativas pelucas de plástico en colores electrizantes y zapatos y zapatillas deportivas decoradas con exquisito barroquismo extremo. Nadie quedó indiferente en el desfile de la creadora nipona Rei Kawakubo.





3

RICK OWENS ACOLCHADAS

De caña alta por encima de la rodilla y con volumen decreciente. Así son las originales botas de piel acolchada que presenta el norteamericano. Con aire retrofuturista, las hay en varios colores y versiones.



CHANEL

BROCHES ARRIBA

En su colección de despedida para Chanel, Virginie Viard convierte las grandes pamelas en reinas de los estilismos otoñales y, además, les añade broches XL. La boina con lazo y camelia o con prendedor es otra opción.



LOUIS VUITTON

EL REGRESO DE LA MÁSCARA

Nicolas Ghesquière apuesta por una rejilla metálica en forma de máscara, como accesorio estrella de su colección de otoño para Louis Vuitton. Nada de pendientes u otras piezas: las bandas metálicas logran un halo misterioso de superheroína.



FENDI

COLGANTE SORPRESA

Estos divertidos accesorios de la colección de otoño de la firma romana están pensados para adultas (y adultos) sin reparos. La dulce sorpresa es que son delicados estuches para guardar un Chupa Chups, ese caramelo con palo que se inventó en nuestro país.

6

MIU MIU

JUEGO DE CUELLOS

La colección de la segunda firma de Miuccia Prada hace, entre otros, un ejercicio de estilo con los cuellos. Los propone de muchos tipos (bebé, italiano, caja...) y los combina entre sí, pero sólo muestra uno de cada una de las prendas.

7





BALENCIAGA

PERFIL GALÁCTICO

Las gafas unisex de la colección de Balenciaga tienen un aire de cómic futurista que, irónicamente, combina con un accesorio de lo más cotidiano: unos coleteros en los que puedes colgar las llaves de casa.



HELMUT LANG

CUESTIÓN DE EMBALAJE

El plástico de burbujas y las bolsas de cuadros para la compra son los "tejidos" estrella que emplea el vietnamita Peter Do para mostrar la rebeldía que lleva en su ADN la etiqueta que triunfó en los 90.



SAINT LAURENT Y VICTORIA BECKHAM

SIN MEDIAS TINTAS

Regresan las medias de cristal a algunas de las firmas más icónicas, como Victoria Beckham y Saint Laurent, las incorporan a sus estilismos, además, en versiones decoradas. El encaje o los bordados son sus propuestas para sofisticar, aún más, el otoño.



11

LOEWE FLOR DE OTONO

Es una de las claves de la colección de Loewe, pero Jonathan Anderson las coloca con igual maestría en fracs masculinos, en conjuntos pseudo-pijamas o en vestidos de cóctel.



KRONTHALER Y WESTWOOD CARTERA ÍNTIMA

Andreas Kronthaler ha recogido el testigo de Vivienne Westwood con igual rebeldía que quien fuera la más punk del universo *fashion*. Su osadía: bajar las riñoneras hasta zonas íntimas, como si fueran ropa interior.



13

STELLA MCCARTNEY DOS EN UNO

Es la propuesta sorpresa de la británica para sus jerséis de otoño: el cuello cisne se extiende hasta convertirse en pasamontañas. Sin duda, una idea muy práctica para climas fríos.



14

ANN DEMEULEMEESTER DEVORÉ

La diseñadora belga recurre a la exquisita y compleja técnica del devoré para deshilar sus prendas de punto y otras piezas de la colección otoñal. Demeulemeester juega, quizá con cinismo, con esa sensación de desarreglo e incluso pobreza que generan estas prendas.

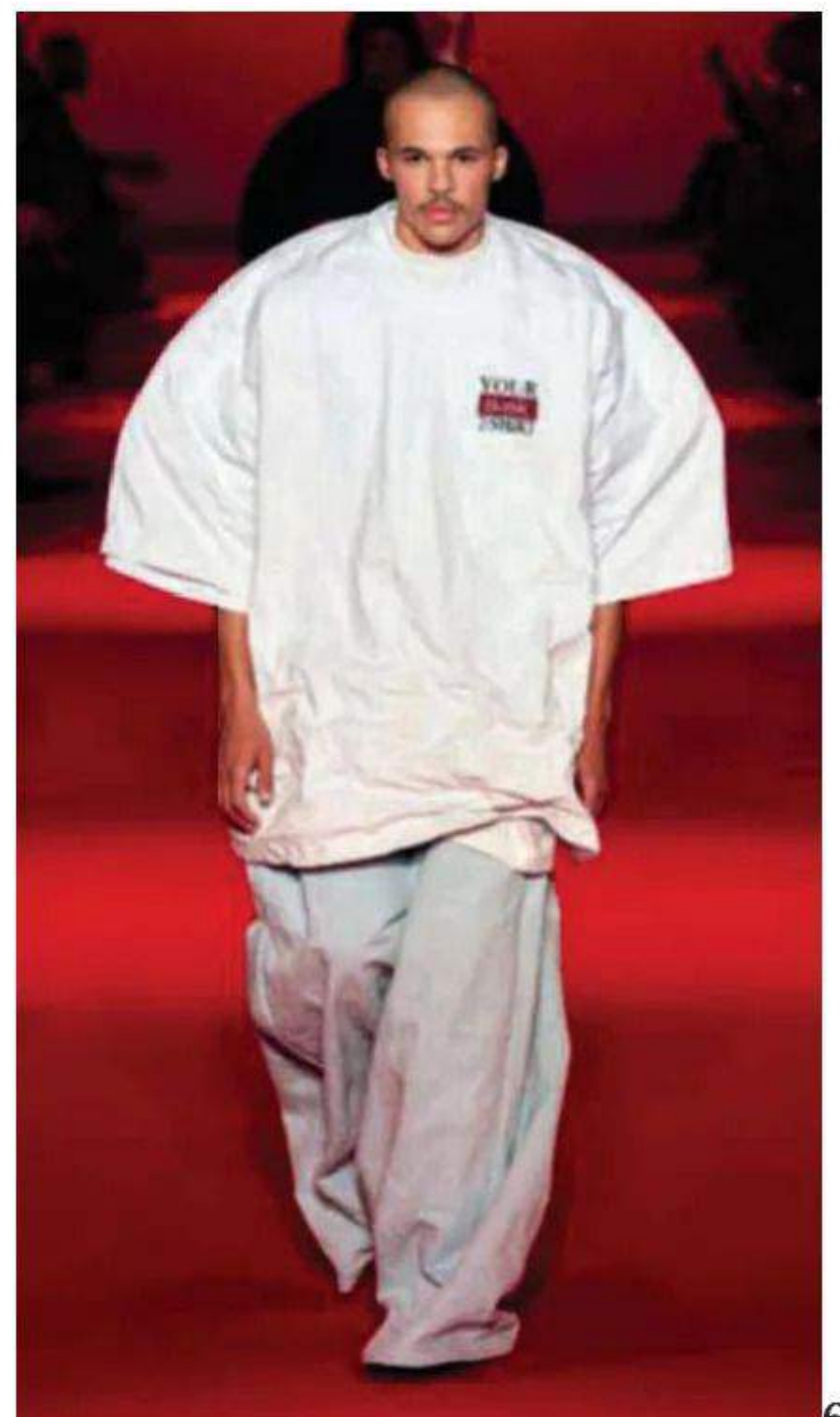


15

VETEMENTS

MÁS ES MÁS

La tendencia *oversize* llega al paroxismo con Vetements. Guram Gvasalia extrema las proporciones en prendas de mañana, tarde y noche. Sin excepción, incluso arma las camisetas desde el interior.





Realización: Gervasio PÉREZ Fotografía: Jonathan SEGADE



Top y falda de encaje con godés en el bajo, ambos de **Rabanne**; y mocasines de **Aquazurra**.

En la página anterior, vestido evasé de tirantes, de **Pronovias**; y pendiente de **Sumacruz**.



Vestido de piel con
drapeado a la cadera,
de **Versace**.

En la página
anterior, vestido
mini con flecos de
Pronovias, collar de
Swarovski y botas
de caña alta, de
Prada.





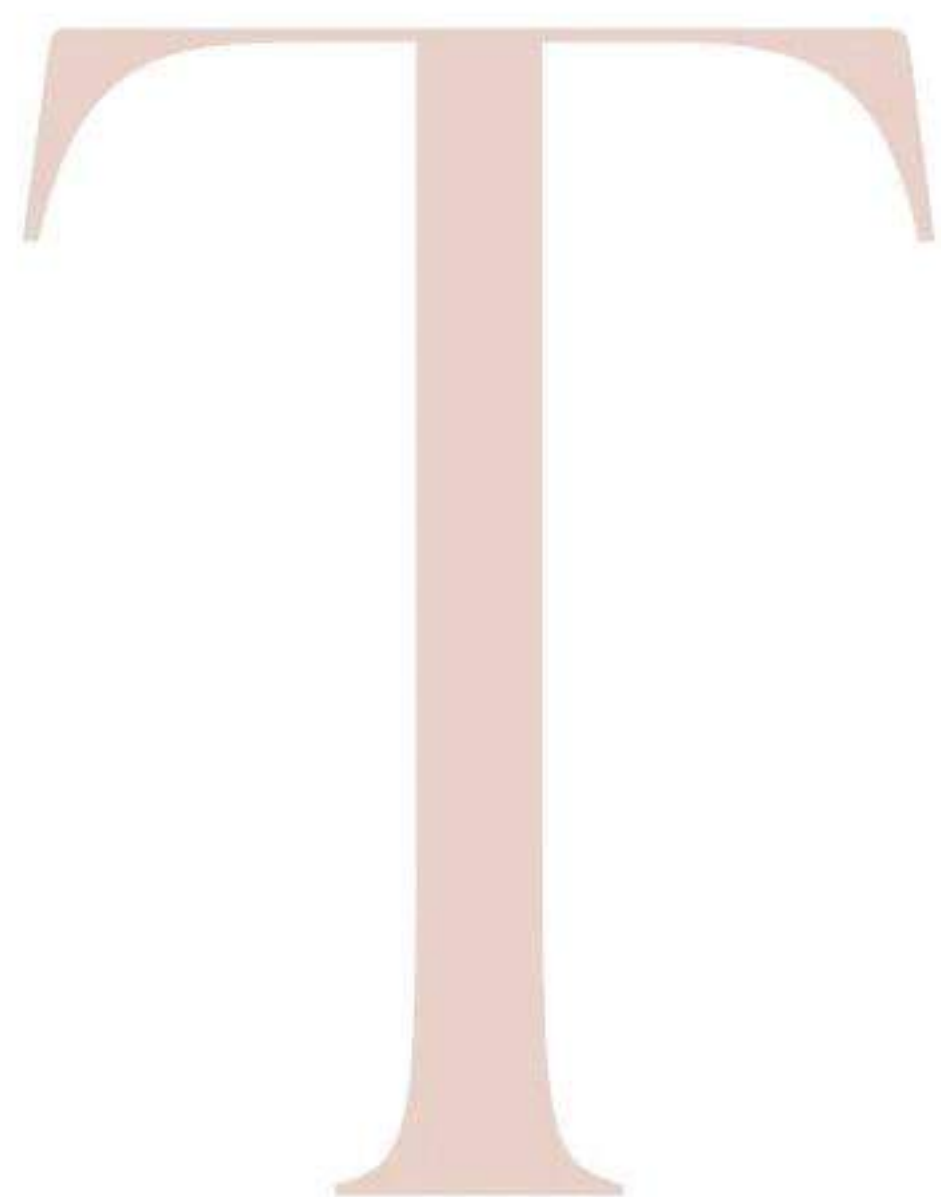


Vestido drapado con escote corazón y mangas farol sin hombros, de **Pronovias**. El choker es de la actriz.

En la página anterior, vestido de piel con remates de encaje y salones destalonados, ambos de **Givenchy**. La pulsera es de **Swarovski**.

VOLAR SOLA

Lleva el cine en sus venas, pero una serie, *Vikings*, la catapultó a la fama. Tras meterse en el papel de princesa, será espía en su nueva película y directora en su primer largometraje.



Tenía sólo nueve años cuando apareció por primera vez en la gran pantalla, en *El Pianista*. Morgane Polanski (París, 1993) no pronunciaba ni una palabra en aquella toma de contacto con el séptimo arte bajo las órdenes de su padre, Roman Polanski, pero vivió en primera persona lo que era un rodaje con mayúsculas. Lo mismo le ocurrió en su segunda película, *Oliver Twist*, dirigida también por su padre tres años después. Fue en *The Ghost Writer*, con 18, cuando tuvo que memorizar su primer guión y, más tarde, en 2015, cuando su espléndido papel de princesa Gísla en la serie *Vikings* la convirtió en estrella.

Hija del director de cine polaco y de la actriz francesa Emmanuelle Seigner, a Morgane le llegó la vocación cinematográfica en forma de herencia genética y, desde niña, quiso continuar el legado familiar. Así que, cuando llegó el momento, decidió estudiar interpretación en la Royal Central School of Speech and Drama, en Londres, ciudad en la que vive desde entonces. “Siempre me gustó el cine, siempre”, asegura. Realizamos esta sesión en Barcelona, en un día caluroso del verano, poco antes de unas cortas vacaciones, aunque ella misma reconoce que no es mujer de muchos descansos, porque desborda energía. Inquieta por naturaleza, tras sus experiencias delante de la cámara en títulos más recientes como *La buena esposa* o *La crónica francesa*, ahora quiere ponerse detrás para contar historias desde su punto de vista, no desde el de un personaje escrito por otros.

MUJERHOY. ¿Cómo le ha cambiado la vida el papel de princesa Gísla en *Vikings*?

MORGANE POLANSKI. Me la cambió por completo. Primero, por haber tenido la oportunidad de interpretar un papel increíble con el que me sentía identificada por su feminismo, por su honestidad, por ser una mujer brava y porque, además, me trajo muchas satisfacciones a nivel profesional y personal. Por otro lado, aunque estudié interpretación, no hay mejor escuela que un set de televisión, así que estar varias temporadas fue fabuloso para reforzar mi habilidad y mi confianza delante de la cámara. Además, fue una plataforma internacional increíble y miles de fans descubrieron mi trabajo. Con sinceridad, fue maravilloso.

¿Qué proyectos tiene entre manos ahora?

He terminado el rodaje de *The Partisan*, de James Marquand, con mi primer papel protagonista y en la que tengo el privilegio de compartir reparto con Malcolm McDowell [protagonista de *La naranja mecánica*]. En ella interpreto a una mujer increíble, una espía polaca que lucha contra los nazis durante la Segunda Guerra Mundial. Está basada en la vida de Krystyna Skarbek. ¡Fue una auténtica fuerza de la naturaleza! No tengo palabras para describirla. Parece que ella fue la inspiración real para que Ian Fleming creara el personaje de Vesper Lynd en *James Bond*. Fue una mujer valiente y comprometida, que hizo cosas que casi no puedes creer que fueran reales. Espero que pronto podamos verla.

¿Ha cambiado su perspectiva del cine con estos últimos y exitosos papeles?

No, pero lo que creo que sí cambiará esa visión es mi primer proyecto como directora, que espero poder rodar en breve. Estoy ahora en la fase de preproducción, pero llevo trabajando en esta historia varios años. En todos los proyectos en los que he participado hasta ahora he aprendido mucho como actriz. Me han dado confianza como intérprete y me han enseñado lo poderosa que eres desde la pantalla y que puedes dar lo mejor de ti misma, pero al final no todo está en tus manos, no puedes tomar el control.

¿Conocen sus padres este proyecto como directora?

Sí, claro.

¿Qué le dicen?

Están orgullosos.

¿Y le dan algún consejo? No sólo en este proyecto; en general, para su carrera. Ambos dominan el universo cinematográfico.

Cuando era una niña, ya me permitieron elegir lo que quería ser. Pero creo que aprendo más viéndolos trabajar que con sus consejos. Siempre me han dicho que lo más importante es trabajar, centrarte en tus objetivos y que el arte verdadero es manejarte con naturalidad en la historia que vas a contar.

¿Le gustaría trabajar de nuevo con su padre?

Me encantaría.

¿Tiene alguna idea o propuesta encima de la mesa?

No, ahora no. Pero si se presenta la oportunidad correcta, sería un orgullo hacerlo de nuevo.

“QUIERO DIRIGIR MI PRIMERA PELÍCULA PORQUE LA VISUALIZO, LA TENGO DENTRO”

¿Se reconoce en ellos?

Sí, en los dos. En el caso de mi padre, en la forma en la que se esfuerza, en tener las ideas claras para que las cosas se hagan realidad y en la perfección con la que trabaja. También en su rigurosidad. Y, en el caso de mi madre, me gusta mucho cómo domina su tarea. Bueno, ambos trabajan mucho y me reconozco en ello, me gustaría tener su fortaleza.

¿En qué quiere centrarse, en la actuación o en la dirección?

En ambas facetas, porque combinan bien una con la otra. No son excluyentes.

Cierto, pero el papel de intérprete consiste más en seguir instrucciones, mientras que la dirección exige dar órdenes, decidir, inventar una historia y cómo plasmarla...

¡Sí, sí, exacto! Por eso quiero dirigir y no sólo actuar, porque lo visualizo, lo tengo dentro, sé lo que quiero contar. Es como cuando conoces a alguien y sabes inmediatamente si esa persona es la correcta o no. ¡Eso me pasa con la historia que quiero rodar! No puedo adelantar mucho más por ahora.

¿Qué hace cuando no trabaja?

Depende de dónde me encuentre. En vacaciones, me gusta estar en la playa, bajo el sol y junto al mar, leyendo y comiendo cosas ricas. Y, en la vida cotidiana, cuando estoy en Londres, que es una ciudad que amo, me encanta ir al cine; casi siempre voy sola. Y veo series inglesas de crímenes en televisión. Me gusta pasar bastante tiempo sola, pero también me encanta salir a cenar y tener una buena conversación con amigos, acudir a mis clases de *spinning*, o dar un paseo por el parque cuando hace buen tiempo. También voy a menudo al karaoke y me gusta mucho visitar exposiciones de arte, ir a algún museo... El arte es algo que me apasiona.

¿Por qué eligió vivir en Londres?

Siempre quise salir de París, porque allí no me sentía cómoda. A los 17 años me vine a Londres a estudiar, aunque no sabía muy bien si me quedaría. Al principio fue difícil, porque no conocía a nadie. Pero con el tiempo fui encontrando amigos, me gradué y ahora siento que es mi casa. Amo la ciudad. Estoy todo el rato criticando el mal tiempo que hace, pero adoro Londres por su muticulturalidad, su energía,



Vestido de gasa con adornos de lazos, de **Prada**. Los pendientes son de la actriz.

porque siempre está en movimiento, porque te permite aprender muchas cosas y te sorprende.

Recomiéndeme un libro para vacaciones.

Ahora estoy empezando *The panic years*. Pero acabo de terminar uno maravilloso, *The racket race*, y estoy aún emocionada. Lo leí despacio porque no quería que se acabara, para saborearlo más.

¿Tiene más sensibilidad por ser artista? ¿Es necesaria para actuar o dirigir, por ejemplo?

Sí, creo que es algo necesario. Y, por eso, creo que para muchos artistas es difícil vivir con calma y pierden un poco el norte con facilidad. Creo que hay que tener mucha sensibilidad y habilidad para empatizar con los demás para hacer este trabajo. ●



MAQUILLAJE Y PELLUQUERÍA: MÓNICA MARMO. ASISTENTES DE FOTOGRAFÍA: DANI CA PARRÓS Y ANNA PÉREZ. ASISTENTE DE ESTILISMO: MARC LEAL. AGRADECIMIENTOS: STORM MANAGEMENT.



Vestido de encaje y
choker con forma de
cadena, ambos de
Gucci.

En la página anterior,
vestido camisero
mini de **Max Mara**,
calcetines ejecutivos
de **Givenchy** y zapatos
Oxford de **Lottusse**.



Gorra con banderas *Damier*,
Sandalias LV *Oasis* y Cinturón de
cuerda todo de la colección cápsula de
Louis Vuitton America's Cup.

Navegando hacia la ELEGANCIA

Como tributo a su histórica asociación con la America's Cup desde hace más de 40 años, Louis Vuitton revela dos colecciones cápsula, con motivo de la 37ª Louis Vuitton America's Cup que este año tendrá lugar en Barcelona. Estas vibrantes colecciones, que incluyen diseños tanto para hombre como para mujer, integran el savoir-faire de la Maison con la enérgica esencia de la regata. Los motivos más representativos de Louis Vuitton se transforman en conjuntos técnicos con un toque marinero, cada creación refleja la elegancia y el espíritu dinámico de esta emblemática competición.

Bolso *Keepall Bandouliere*,
Charm de bolso de ballena
y Gafas de sol *Mask*, de Louis Vuitton,
todo de la colección cápsula de
Louis Vuitton America's Cup.



EL ADIVINO DE GUESS

En castellano, *guess* significa predecir, adivinar. Aunque crearon su compañía por accidente, el cofundador y director creativo de la marca y sus tres hermanos (ya retirados) supieron encontrar las claves del éxito y augurar un brillante futuro a un imperio que, 40 años después, continúa en expansión.

Por Gervasio PÉREZ

PAUL MARCIANO







Cuando entra en la sala, en la sede europea de Guess, radicada en la ciudad suiza de Lugano, estoy hablando con su directora de Comunicación en Europa, Alexandra Gidlund, con una trayectoria de 16 años en la firma, y con la responsable en España, Elena Hernández, que lleva 20 desde su agencia de comunicación. Paul Marciano (Debdú, Marruecos, 1952) llega sonriente, carismático y, tras un enérgico apretón de manos, le digo que charlábamos sobre lo rápido que pasa el tiempo. “¡Uf, de locos! ¿Sabe por qué? Cuanto más amas tu trabajo y tu vida, más corre. Si no tienes ilusión, transcurre lento, tedioso”, responde Marciano, que hasta los 26 años vivió en el sur de Francia y, desde entonces, en Los Ángeles.

Cofundador de Guess en 1981 junto a sus tres hermanos (Maurice, Georges y Armand, ya retirados) y director creativo de la firma desde hace 43 años, añade: “La pasión te hace disfrutar cada momento al máximo por ser irrepetible. Ocurre como con las flores, que adoro y tengo en todas las habitaciones: si no las veo, no estoy feliz. Y es que representan el instante, el presente, lo efímero, la vida... Me encantan, igual que me encanta vivir”.

MUJERHOY. ¿Es posible vivir en un constante ir y venir entre Europa y Los Ángeles, y mantener ese ritmo durante años?

PAUL MARCIANO. No paro, pero el balance de ese esfuerzo es que Guess está más fuerte y los resultados son mejores que nunca. Han pasado 43 años y continuamos abriendo tiendas y añadiendo nuevas categorías de productos. Cuando tienes una marca, debes mimarla a todas horas. En los últimos cinco años, hemos mejorado la imagen de la compañía elevando la firma y mejorando aún más la calidad de los productos. Y todo desde la autenticidad y la honestidad.

¿Son esas las claves del éxito?

No hay secreto, aunque hay que proteger la empresa a cualquier precio y satisfacer las expectativas de los clientes, no defraudarlos nunca. Hay que ser leales a los consumidores y no dar jamás una peor calidad a un mayor precio. La calidad siempre es la clave.

Paul Marciano se levanta de la mesa donde charlamos y nos muestra varias prendas de la próxima colección, que están colgadas en burros por toda la estancia. Detalla la calidad de diseños y tejidos, y señala los precios. Aunque parezca increíble, sabe cuánto cuesta cada pieza. De hecho, al día siguiente tiene una convención y un desfile interno con 400 empleados de todo el mundo, en el que va a explicar todos los detalles, incluidos precios, mientras las modelos van mostrando las colecciones. “Este es perfecto para Saint-Tropez... Mira qué calidad. ¡Y 165 €!”, dice sobre un vestido. Repite con varios y vuelve a la mesa.

¿Es igual de trabajador y auténtico desde el primer día?

No, ahora trabajo incluso más que hace 40 años. Entonces iba a ver

exposiciones a galerías de arte, al cine... Ahora, esto es mi galería y mi cine. Mi vida está aquí, en el trabajo. Apenas me tomo unos días de vacaciones. Y tengo 72 años.

Es usted todavía joven.

[Risas]. Bueno, me siento joven.

Es un privilegio tener esa energía.

Sí, completamente. Pero es que soy doble Aries. [Risas] Es mi horóscopo y, además, en el calendario chino éste es mi año: soy un dragón, así que digo que soy doblemente fuerte, doble Aries. [Risas] A estas alturas, no necesitaría trabajar, pero lo hago porque quiero, porque lo amo. Hay mil cosas que hacer aún.

Vamos al inicio, cuando usted y sus hermanos se fueron de vacaciones a California y se quedaron allí, ¿fueron un poco locos?

Ir a Estados Unidos, el reino de los jeans, a vender vaqueros...

Bueno, fue un accidente. Fuimos a pasar dos semanas de vacaciones desde Tolón, cerca de Marsella, y nos quedamos dos meses. Éramos jóvenes y solteros. Yo tenía 26 años y mis hermanos, pocos más. De California, nos encantó todo. Así que cerramos las 26 tiendas de *fashion jeans* MGM que teníamos en Francia y abrimos dos tiendas en Beverly Hills y Santa Mónica. Dedicamos todo el dinero que habíamos ahorrado durante años invirtiendo en el sector inmobiliario y lo perdimos todo. ¡Todo! Vivíamos los cuatro en el mismo apartamento y no teníamos nada más que nuestros vaqueros. De alguna manera, Dios nos dijo: “Volved a lo que sabéis hacer, volved a los vaqueros”. Fue el destino y nunca nos rendimos.

¿Ha cambiado mucho en estos años?

Sí y no. Nunca he considerado Guess como una marca americana. El mundo es nuestro campo de juego. Siempre quisimos extenderla y así lo hemos hecho. Es nuestro sueño incluso hoy, cuando operamos en más de 100 países con más de 1.600 tiendas. ¿Es fácil? En absoluto. Cada día es difícil, no hay descanso. A veces es duro levantarse por la mañana y tener que coger un avión o trabajar hasta los sábados y los domingos. Pero lo hago porque es lo que hay que hacer. Siempre he seguido mi instinto; es algo que no he aprendido en ninguna escuela, sino en mi interior. Mi instinto me guía,

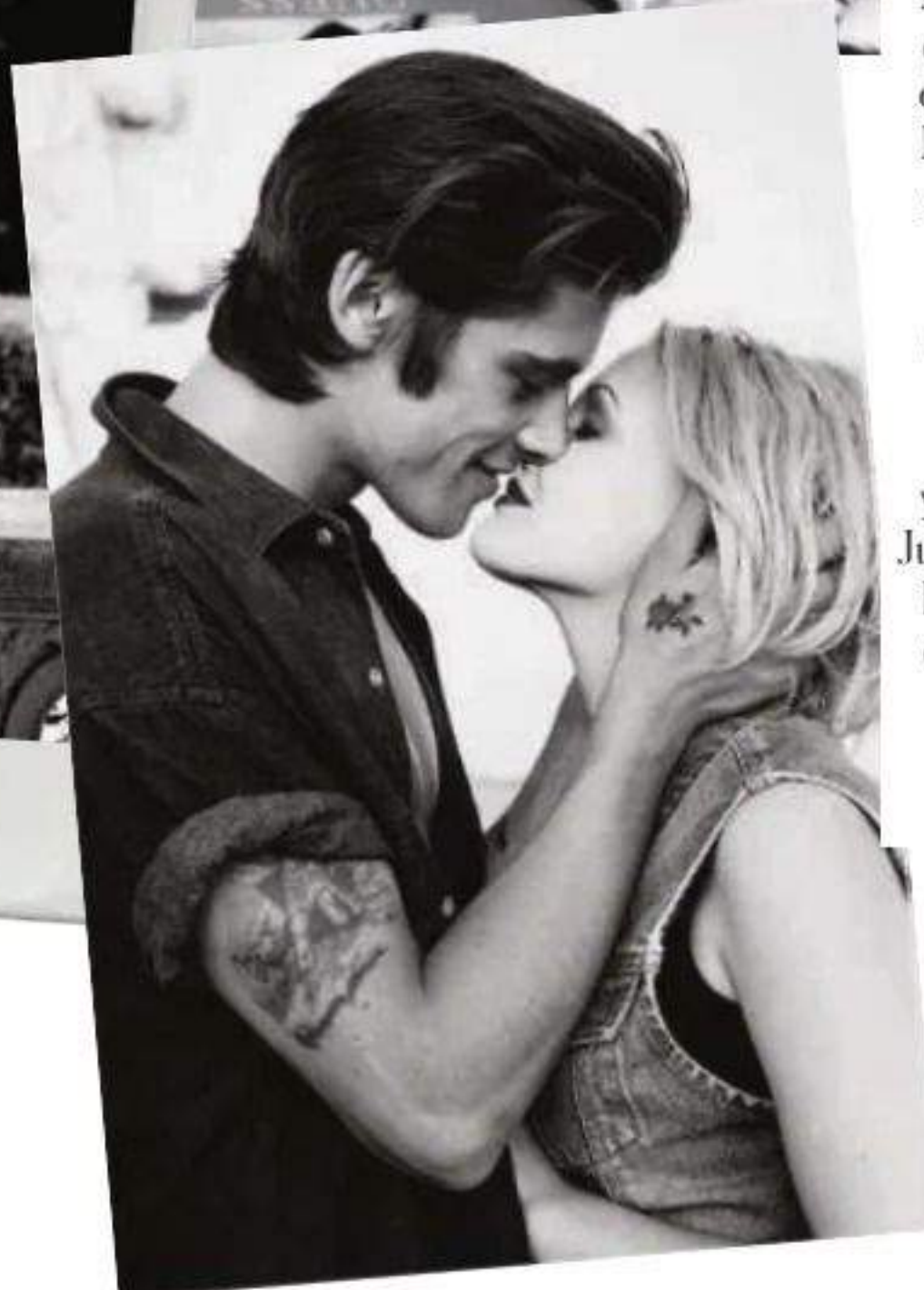
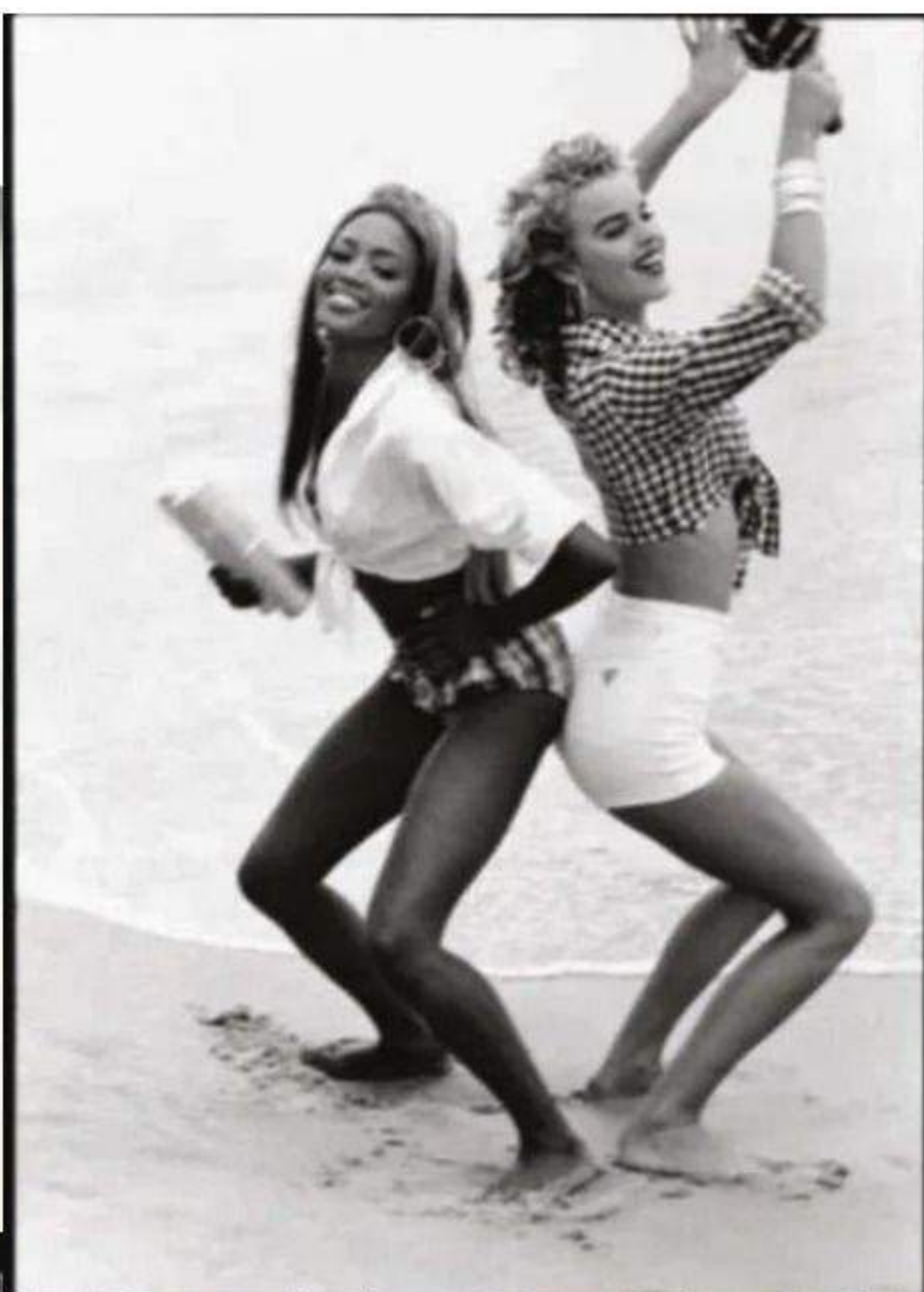
en eso sigo igual. ¿Y cómo he cambiado? Me siento bendecido por triunfar y contar con gente maravillosa a mi alrededor. Tenemos mucho éxito en Europa porque la entendemos; somos europeos. Italia, Francia, España... Es más fácil entre nosotros porque nos identificamos, somos latinos. De hecho, mi apellido tiene su origen en Murcia.

Hábleme del futuro de Guess.

Mis hermanos, Maurice, Georges y Armand, se retiraron hace años y yo soy el último soldado, el que sigue llevando la bandera. [Risas] Mi hijo mayor, Nicolai, también está en la empresa y lidera los nuevos proyectos y nuestra línea totalmente sostenible. Ahora, en la fabricación de los vaqueros, reducimos entre el 80 y el 90% de agua. ¡Es una revolución! Nicolai le contará luego.

Acaba de publicar un nuevo libro sobre esta cuarta década de Guess y en él asegura que las imágenes en moda son lo más importante para crear una marca.

Al principio, el éxito del negocio ya fue muy fuerte, aunque no te-



Icónicas
 Arriba, de izda. a dcha. Gigi Hadid en el nuevo libro; Naomi Campbell y Eva Herzigova; y Hailey Bieber. En el centro, Claudia Schiffer, Paul Marciano en su despacho y Jennifer Lopez. Junto a estas líneas, Drew Barrymore en otra campaña de la firma.



**Su nueva
musa, en
Madrid**

Imagen de una de las tres campañas que Georgina Rodríguez protagoniza para Guess y que fue tomada en Madrid.

níamos campañas [en 1982, sólo un año después de lanzar Guess, facturaron más de dos millones de dólares], pero sabía que teníamos que crear una imagen. Y cuando comencé a diseñar estas campañas, empecé a pelearme con mis hermanos. [Risas] Decían que no se veía el producto. Me reprochaban: “¿Dónde están los vaqueros?”. Yo les decía que no importaba que no salieran, porque el producto cambia cada seis meses y la gente lo olvida. Lo que importa es crear un estilo reconocible y duradero. Nosotros hemos hecho campañas que han quedado en la memoria colectiva. Recuerdo una de 1987, con estética taurina, en la que el torero Paco Ojeda rezaba antes de ir a la plaza. Era una campaña sobre la emoción, la tensión y la pasión. Nadie había hecho nada parecido. Hemos sido pioneros muchas veces; descubrimos a Laetitia Casta, a Gigi Hadid, a Carla Bruni...

¿Es un visionario?

No, no me veo así, sino como alguien que cree en lo que hace y que no hace nada a medias. Mis hermanos me echaron varias veces de la compañía por hacer esas campañas, pero yo no desistí. Hace 33 años, trabajamos con Naomi Campbell y Eva Herzigova, que sólo tenía 18 años y afrontaba su primer gran trabajo. De pronto, Naomi dijo que no quería hacerse fotos con ella, que las quería sola. Le dije que eso era decisión mía y traté de convencerla, pero ella seguía empeñada, llorando y gritando todo el día. Ya en el hotel, llamó a Robert de Niro, su novio de entonces, contándole que no quería trabajar con otra modelo novata. Al final tuve que decirle: “Si no quieres posar con Eva, haz las maletas y vete a casa”. ¡Pero mire que maravillosa foto de ambas juntas! Hicimos la sesión en Río de Janeiro y mis hermanos también protestaron. “¿Por qué tienes que hacerlas allí si tenemos playas preciosas en Santa Mónica, Venice o Malibú?”, me preguntaban. Les respondí: “Porque no es lo mismo; la arena no es la misma, el agua no es igual, la luz...”. Se enfadaron mucho: “Te has ido de

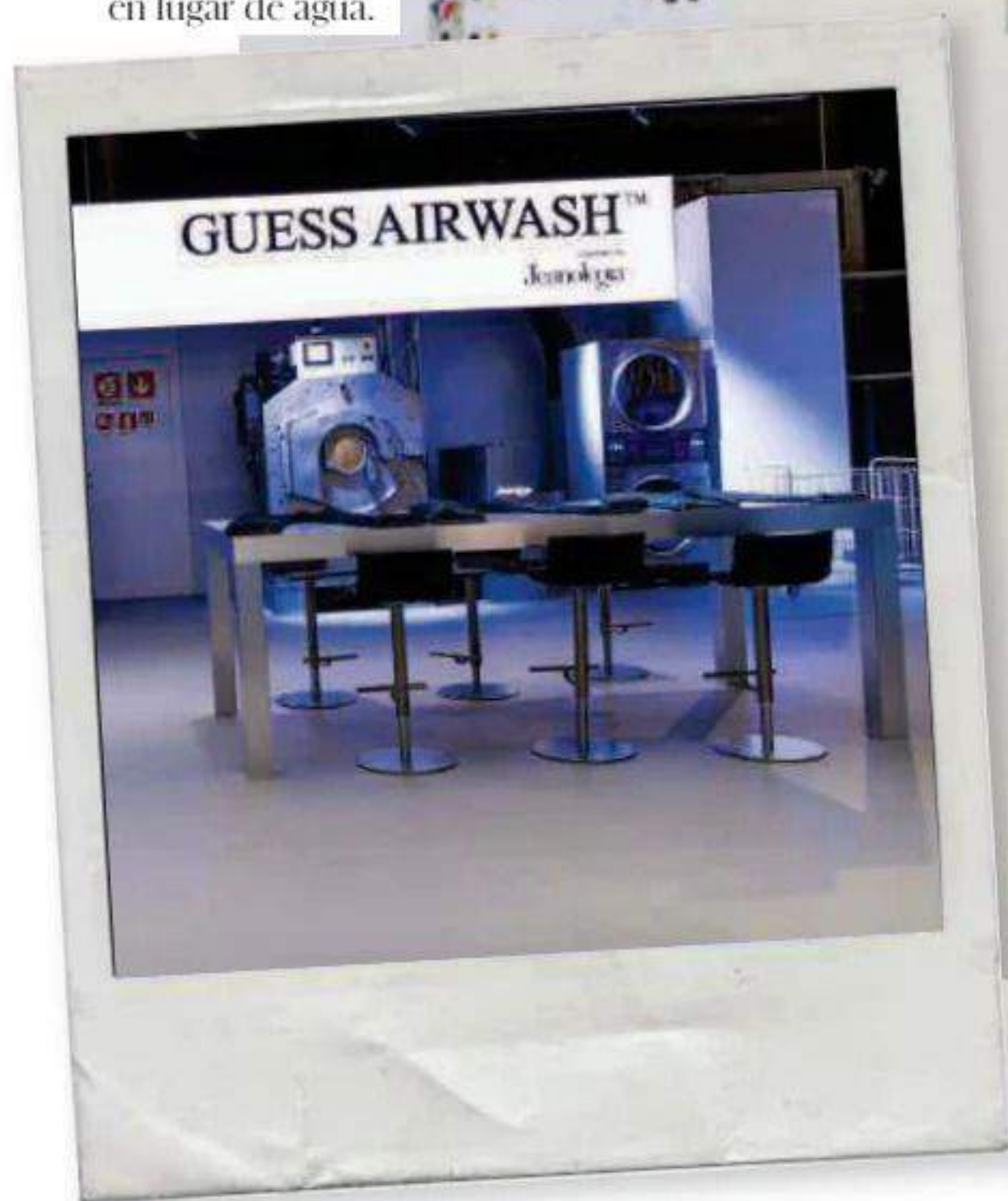
“ADORO A GEORGINA, ES SÚPER SIMPÁTICA Y TIENE BUEN CORAZÓN”

vacaciones, no de trabajo. ¡Vuelve inmediatamente!”, me contestaron. Con esto quiero decirle que he tenido que defender mucho la importancia de la imagen, de nuestras campañas, que es toda una seña de identidad de Guess. **Las últimas han estado protagonizadas por Georgina Rodríguez, también la de este otoño.**

Adoro a Georgina. Una fotógrafa amiga, Nima Benati, hizo un editorial con ella para una revista italiana y le pregunté quién era. Me comentó que era española, que había hecho algunas campañas... Pensé que era una buena propuesta, hablamos con su equipo y comenzamos a trabajar. Es súper simpática, tiene buen corazón, muy buenas maneras, me gusta cómo trata al equipo, es cariñosa con todos. Además, ama la vida, adora a sus amigos de siempre y le gusta la comida, como a mí. Y cuando sonrío, tiene una luz especial, muy española. Nunca le he preguntado por su vida familiar. Es una súper estrella con 60 millones de seguidores, pero eso lo supe después. Nos gusta por ser como es.

Se abre la puerta de la sala y entra Nicolai, su hijo. “Os dejo para que habléis vosotros”, dice Paul. Antes de que se vaya, le digo al hijo: “Vaya responsabilidad, ¿no? Con todo este imperio construido”. Nicolai sonrío: “Todavía se está construyendo. No se puede parar”. Su padre añade: “Trabajamos todos los días como si fuera el último. Y con dos pilares: libertad, porque si no la tienes no puedes hacer nada, e independencia financiera. Creo en lo que hago y soy peleón. Podría estar jugando al golf, pero no me gusta. Podría estar pescando, pero odio pescar. Adoro trabajar y adoro las flores”. [Risas]. Paul Marciano se despide: “Y amo a mis hijos. Un día, serán mis jefes”.

Nuevas ideas
Nicolai posa en su despacho. Abajo, la tecnología española que tienen en exclusiva, para desgastar los vaqueros con aire en lugar de agua.



EL RELEVO GENERACIONAL

NICOLAI MARCIANO

Hijo mayor de Paul, a sus 27 años lleva la estrategia de nuevos proyectos, la sostenibilidad y el diseño de Guess Jeans.

Empezó a trabajar en el grupo hace 10 años como becario; en 2016 lanzó Guess Originals y hoy dirige la división de Desarrollo de Nuevos Negocios y la creatividad de Guess Jeans (su marca más conocida), que se relanza con tiendas en Ámsterdam y Berlín. “Pronto abriremos en Los Ángeles y Tokio; y habrá más por el mundo”, nos adelanta.

MUJERHOY. ¿Cuáles son sus objetivos?

NICOLAI MARCIANO. Los vaqueros Guess fueron icónicos en los 80 y hoy, 40 años después, los relanzamos con un giro muy importante en innovación responsable. En aquella época todo se centraba en la moda, en el diseño. Hoy añadimos otras preocupaciones con las que estamos muy concienciados: toda una cadena de respon-

sabilidad social y medio ambiental. Paul y sus hermanos comenzaron en los últimos 90 con iniciativas eco y hace 15 años la empresa incorporó cambios muy importantes, pero ahora la sostenibilidad es fundamental en todo. Y en Guess Jeans, en concreto, todo es sostenible: el algodón es orgánico y usamos tejidos botones, cremalleras y embalajes reciclados. Sin químicos tóxicos y todo con trazabilidad.

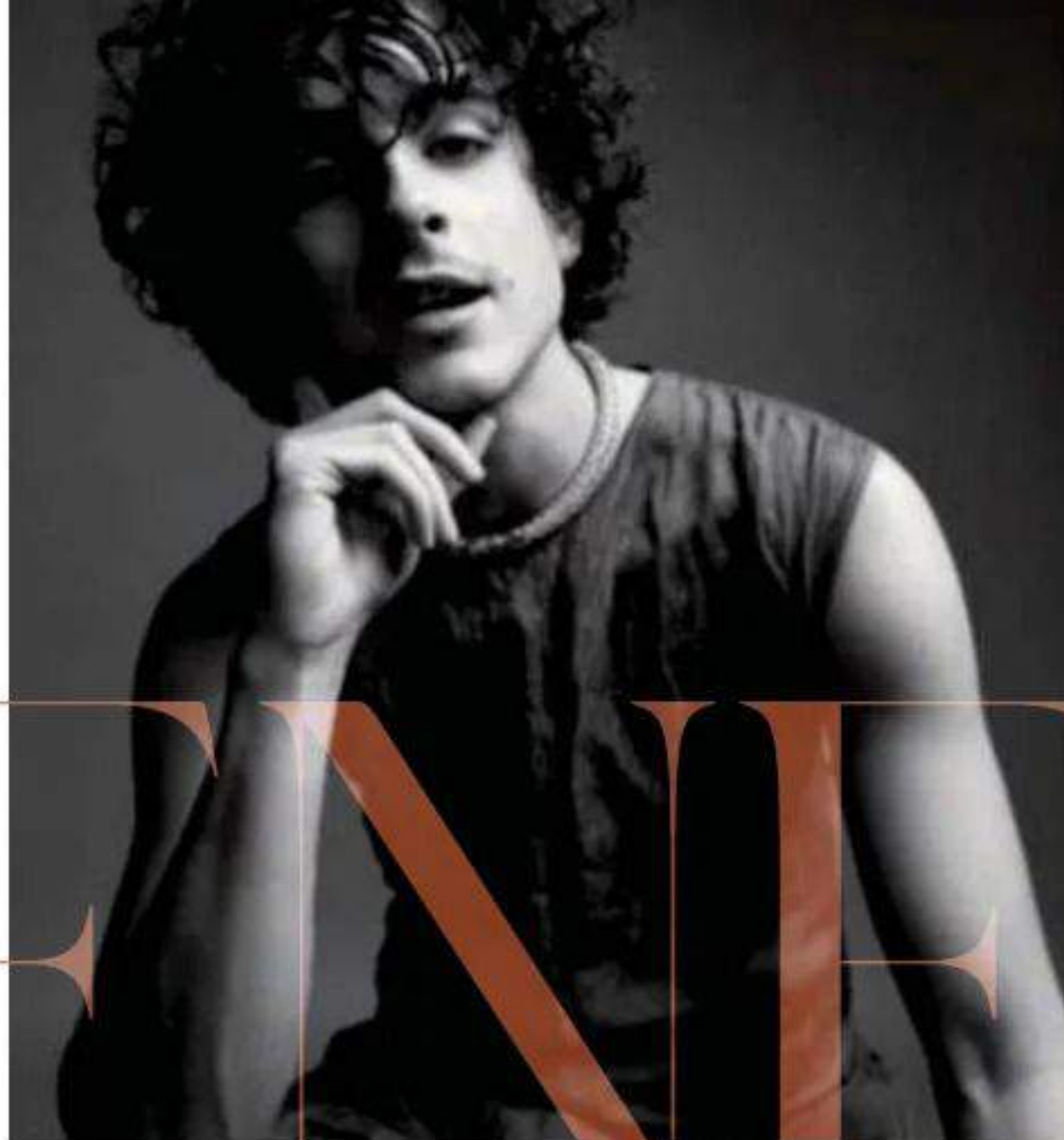
Y una revolución con el tejido vaquero.

Sí, para el *denim* tenemos en exclusiva una tecnología española, de la empresa valenciana Jeanología, que lo lava con aire en vez de con agua. Antes, para lavar *denim*, la máquina necesitaba tres horas y cientos de litros de agua. Ahora, lo hace con aire en 30 minutos y apenas necesita agua. Se ahorra mucha energía y más del 80% de

agua. Imagine en 10 millones de pantalones al año, la inmensa cantidad de elementos negativos que evitas y que conviertes en elementos positivos.

¿Por qué empezó a trabajar en Guess?

Nací y crecí rodeado de moda; incluso en el instituto creé una colección de camisetas. Pero dejé pronto los estudios y me puse a trabajar en la empresa. El primer día, mi padre me dijo que lo primero era entender el producto, así que me llevaron a una fábrica. Aquello no era moda, era industria, pero me fascinó. Durante años he aprendido sobre producción en China, México, Marruecos... y he visto todas las áreas. Ahora mi energía está en este nuevo capítulo de Guess Jeans. La evolución es natural y la empresa está un gran momento, avanzando y explorando nuevas y excitantes vías. ●



VENTA

Pierre Rainero, director de Imagen, Estilo y Patrimonio de Cartier, desvela lo que sucede en el festival cinematográfico más glamuroso del mundo, gracias a la firma de joyas.

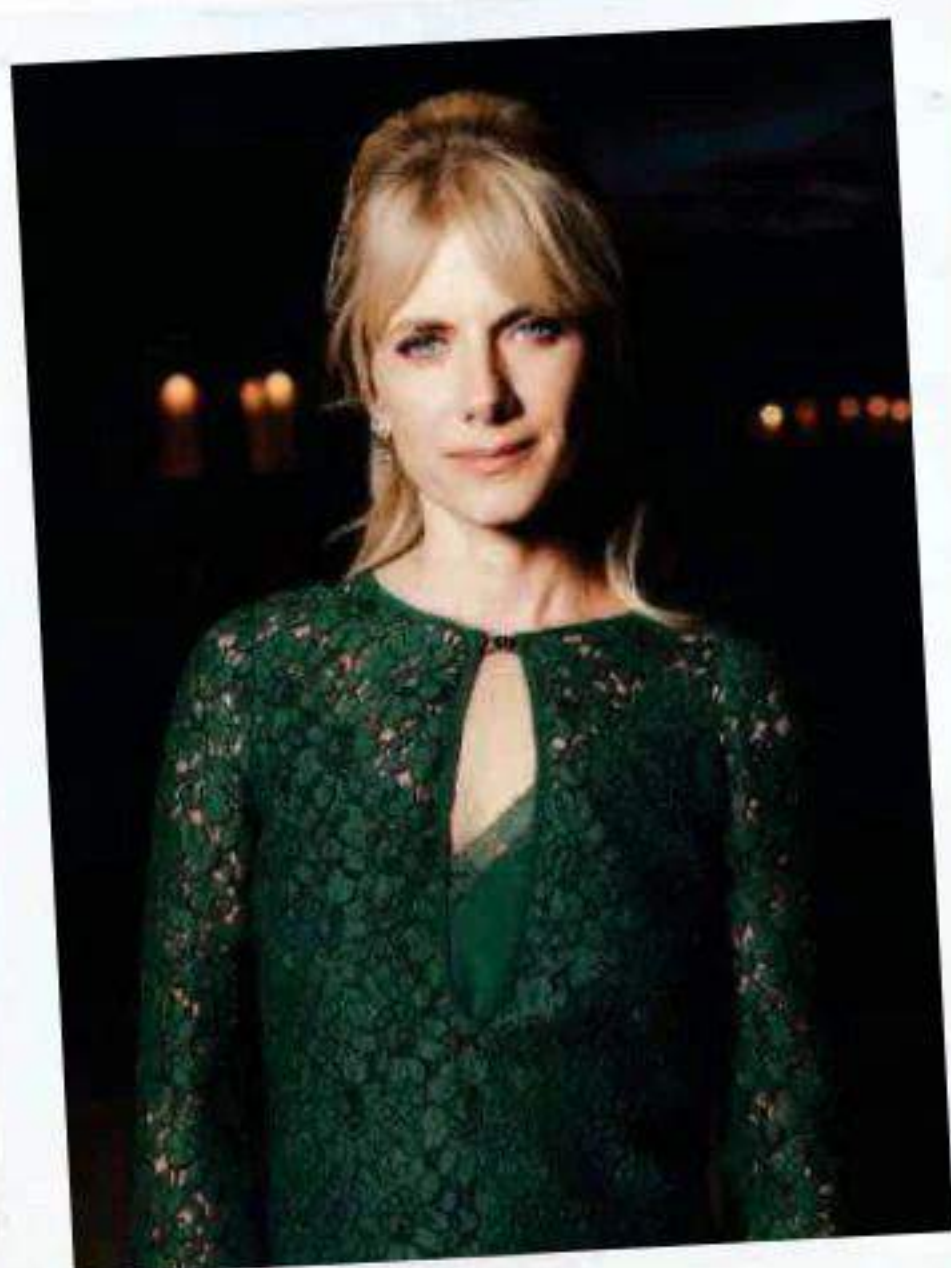
MÁS QUE CINE

Por Paula PEÑA



Arriba, Timothée Chalamet, con un collar de Cartier inspirado en *Dune*, y Grace Kelly con joyas de la firma. A la izq., María Félix con sus famosos cocodrilos de Cartier.

A la dcha., el trofeo Cartier Glory to the Filmmaker 2021, que recibió el director Ridley Scott, y las actrices Mélanie Laurent y Julianne Moore, con joyas de Cartier. Debajo, la espada de Jean Cocteau y Catherine Deneuve, también con piezas de la casa.



Cartier nunca se equivoca”, le dice el personaje que interpreta Gene Tierney a su marido, cuando descubre que le es desleal al encontrar un recibo por valor de 500 dólares para una pulsera que ella no había encargado, en el largometraje *Heaven can wait*, de Ernst Lubitsch (*El diablo dijo no*, en España, 1943). “Lubitsch tiene mucho sentido del humor y decidió incluir este guiño en su guion porque adoraba a la firma. Es muy interesante ver cómo Cartier forma parte de la trama con naturalidad”, comenta Pierre Rainero, director de Imagen, Estilo y Patrimonio de la *maison* francesa, sobre el papel que ésta ha tenido en la industria cinematográfica. “La relación histórica de Cartier con el cine se debe a nuestra presencia en Estados Unidos desde la década de 1910. Pierre Cartier sabía que el gran motor de la fama era Broadway, gracias al teatro y la ópera, así que estableció estrechas relaciones personales y profesionales con las estrellas del momento”, analiza Rainero. Uno de los primeros frutos de esta relación llegó con el filme *El hijo del Caíd* (George Fitzmaurice, 1926), en el que el actor Rodolfo Valentino apenas se despegaba de su icónico reloj Tank de Cartier, como sucedió en la vida real.

Desde entonces, la casa nunca se ha desvinculado del séptimo arte, como muestra su relación con Grace Kelly, Catherine Deneuve o Julianne Moore. Y, ahora, por cuarto año consecutivo, es uno de los patrocinadores principales del festival de cine más glamuroso: la Mostra de Venecia. En el certamen, la firma entrega el premio Cartier Glory to the Filmmaker a directores cuya contribución ha dejado huella en la industria, como Ridley Scott, Walter Hill y Wes Anderson.

Experiencia completa

Mientras la 81ª edición de la Bienal transcurre (del 28 de agosto al 7 de septiembre), las propuestas culturales que ofrece la ciudad de Venecia compiten con la agenda del mismo, de nuevo gracias a Cartier. La *maison* ofrece clases magistrales instruidas por profesionales relevantes, bajo el nombre *Art and Craft of Cinema*. También aporta su granito de arena en la exposición *Homo Faber*: un tributo a las artesanías de las firmas de lujo, que en esta edición se inspira en el mundo natural. Está durante todo septiembre en la Fundación Giorgio Cini y “todas las piezas han sido elegidas por Luca Guadagnino, que esta vez es el principal director creativo”, comenta Pierre Rainero. La pieza de Cartier es un poderoso anillo-tigre.

Pero la exhibición más especial está organizada por el Museo Peggy Guggenheim y la firma es responsable, de nuevo, de que haya sido posible. “*Jean Cocteau: The Juggler's Revenge* es un tributo al trabajo de este artista multidisciplinar, que apoyó a Cartier de forma inconmensurable. Fue de los pocos que entendió la magia y el misterio de cada creación”, apunta. La pieza principal de la muestra, que termina el 16 de septiembre, “es la espada que encargó para entrar a la Academia Francesa, en 1955. La iba a diseñar Picasso, pero no se entendieron. Cartier plasmó con su ayuda toda su trayectoria: desde su hogar en el Palais Royal hasta alusiones a sus obras”. ●

HISTORIA DE UNA TRADICIÓN

Jean Cocteau entró a formar parte de la Academia Francesa en 1955. La costumbre dicta que sus miembros tienen su propia espada, a menudo con símbolos que representan su trayectoria y obra en la empuñadura. La de Cocteau fue creada por Cartier.





JIRULA



EL CORTE INGLÉS



VAGABOND



CAMBIO de TERCIO

Las novedades que proponen las firmas del momento nos recuerdan que el inicio de una nueva estación también puede ser emocionante.

Por P. PEÑA



ENLACE AL CANAL
x.com/byneontelegram
o escanea el código QR

JIRULA

Segunda vida

El propósito último de la marca fundada por Julia y Paula Sanchis Meseguer es darle una segunda oportunidad a joyas olvidadas. "Cada collar cuenta una historia de recuperación y transformación", confiesan. El oro *vintage* y el coral tallado a mano son los amuletos de la Serie 3 de Jirula.

EL CORTE INGLÉS

Escultórica

Nieves Álvarez es un icono de estilo en sí misma y *El Corte Inglés* lo sabe. Por eso, confía en ella para presentar la colección que *Woman Fiesta* tiene preparada para la temporada que llega. Nuevas formas y volúmenes redescubiertos por la *top model*, que dan lugar a estilismos de lo más especiales.

VAGABOND

Scandichic

La moda escandinava traspasa fronteras desde hace varias temporadas y no hay mejor firma para adoptar su estética minimalista y empoderada que Vagabond Shoemakers. Esta temporada, las protagonistas de su calzado son las cuñas noventeras y las hebillas con personalidad.

FURLA



ANTIK BATIK



THE NEW SOCIETY

LEANDRA

FURLA

Gen Z

El bolso Nuvola de Furla es también el favorito de la actriz italiana Nicole Rossi (Roma, 2000), protagonista de una de las series más vistas del país, *Skam Italia*. Lo que tienen en común Nicole y el Nuvola Bag son la subversión con la que rompen con los códigos rígidos de siempre.

ANTIK BATIK

Nuevas formas

Afamada por sus exquisitas chaquetas acolchadas de estampados psicodélicos y favorita de empresarias como Inés de Cominges, Antik Batik es mucho más que todo eso. Esta temporada, la casa francesa presenta su primera colección masculina, que comparte modelos con la femenina.

THE NEW SOCIETY

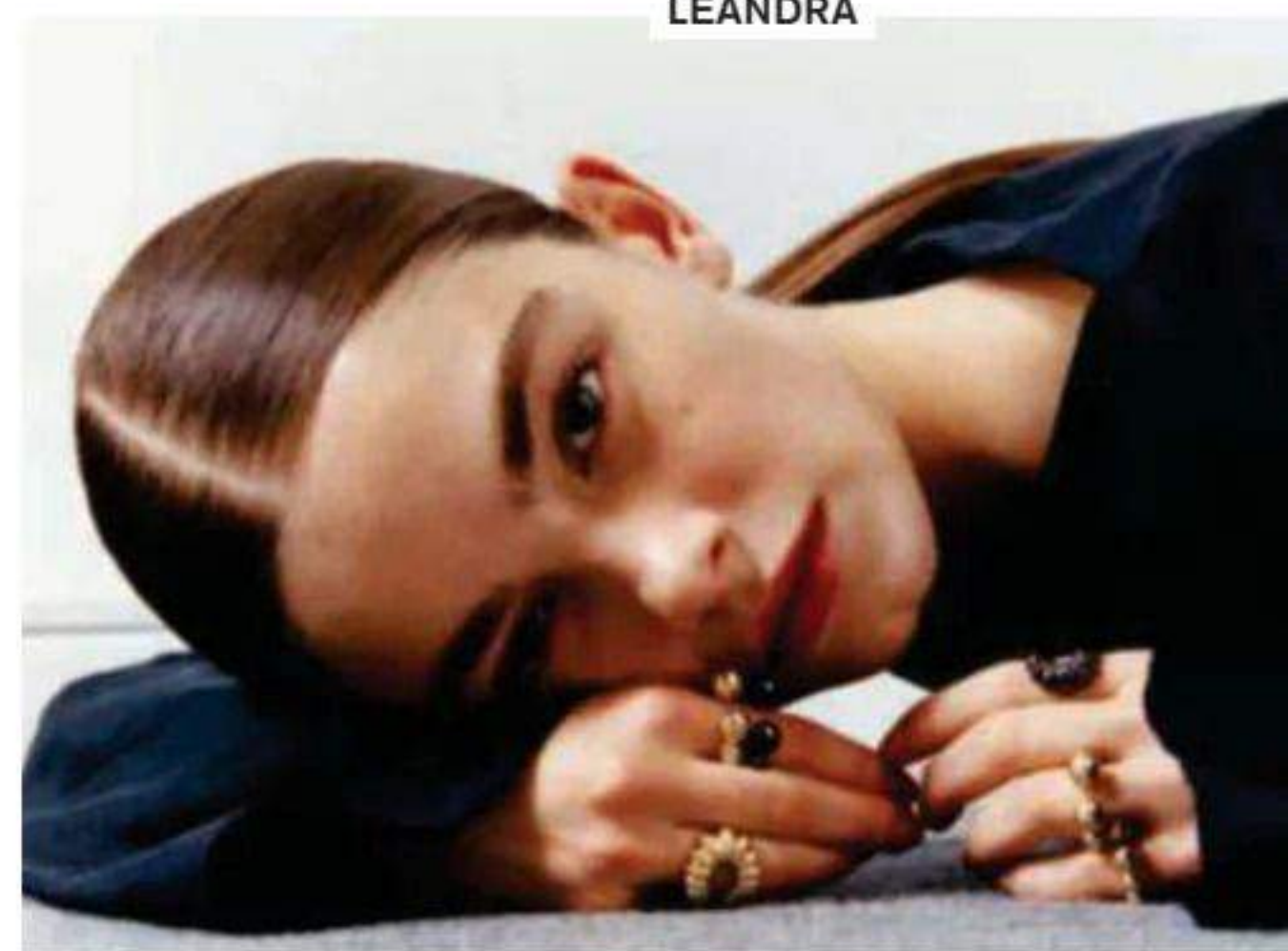
Carpe diem

Básicos que te hacen valorar el momento presente. A *Place to Be*, la colección con la que *The New Society* da la bienvenida al otoño, está concebida como una oda al aquí y ahora, en la que la comodidad sofisticada es el hilo conductor. Así se celebra con estilo la vida cotidiana.

LEANDRA

Casual day

La joyería especial como uniforme diario es el motivo último que mueve a Alejandra Rumeu y Víctor Fillat, fundadores de Leandra, a concebir diseños artesanales para todas las mujeres que forjan desde su taller en Barcelona. Lo mejor: si te has aburrido de tus joyas antiguas, también las reinventan.



TOQUE DE BRILLO

La piel se ha hidratado con *Skin Perfecto Compact Cream*. Pero el foco de atención son los labios, jugosos y satinados, gracias a *Le Rouge Interdit Satin 510*, de Givenchy.

La modelo lleva chaqueta de *tweed* de la misma firma.

El labial carmesí, en todas sus declinaciones, se convierte en protagonista. Lo descubrimos de la mano de Givenchy.

Pasión por el ROJO



EFECTO DEGRADADO

Esta propuesta se basa en unos labios satinados y esculpidos en *degradé*, muy marcados en las comisuras, con *Le Rouge Interdit Satin*, en tonos 114 y 541. El efecto mate de la piel se ha logrado con *Prisme Libre Loose Powder 02*. Todo de Givenchy.

Pendientes y anillos de la firma.



FRESCO Y LUMINOSO

La hidratación y la frescura se unen en este maquillaje gracias a los polvos translúcidos *Prisme Libre Skin Caring Concealer* y el *Liner Givenchy 05*.

Vestido de seda y gafas de espejo, de Givenchy.





DÚO EN LOS LABIOS

Un maquillaje combinado en ojos y labios, con el rojo como protagonista. Se ha conseguido con la sombra *Le 9.05* y con dos labiales diferentes, haciendo un juego geométrico: *Le Rouge Interdit Satin*, en los tonos 302 y 329, de Givenchy.

Pendientes de pájaro de Givenchy.



TRAZO PERFECTO

Un maquillaje con ligero aire futurista, que añade un toque plateado a la mirada con la sombra *Le 9.01* en tono plata y la máscara *L'Interdit Couture Volumen*.

La gargantilla y los pendientes de pájaro son de Givenchy.



A CARA LAVADA

En ambas imágenes, un look efecto *sun-kissed* que acompaña a unos labios mate de efecto mordido, creados con *Prisme Libre Blush 02*. Para la piel, *Prisme Libre Skin-Caring Foundation Matte*.

Bolso de Givenchy.

JUEGO DE TONOS

La llegada de este otoño convierte los labios en el foco de todas las miradas y Givenchy propone jugar con todas sus posibilidades. Con diferentes acabados, encontramos tendencias aptas para todas las personalidades: desde los *rouge* satinados o brillantes, hasta labios en dos colores para esas ocasiones en las que apetece jugar con los efectos. Pero esas variaciones en rojo siempre se combinan con una piel naturalmente perfecta y de aspecto saludable, que conseguirá resaltar más el tono elegido para la boca. ●



Labial **LE ROUGE INTERDIT NEW SATIN**, en tono 227 (46 €). Colorete en polvo suelto **PRISME LIBRE BLUSH**, en tono 05 (49,50 €). Máscara de pestañas **L'INTERDIT COUTURE VOLUMEN** (40 €). Corrector multiusos **PRISME LIBRE SKIN-CARING REGARD** (40 €). Labial **LE ROUGE INTERDIT NEW SATIN**, en tono 231 (46 €). Todo de **GIVENCHY**.

El otoño trae pieles con efecto natural y labios rotundos



Estilista: **Cristina Pérez-Hernando**.
Peluquero: **Pedro Cedeño** (NS Management).
Asistente de maquillaje: **Carla Díaheer**. Asistente
de fotografía: **Juankar Gibson**.

En el RADAR

Las pasarelas han hablado: melenas con volumen XXL, recogidos pulidos, pieles luminosas y paletas de mil colores. Prepárate para brillar.

Por Sandra CÁRCEL

CEJAS



PUNTO DE MIRA

Las cejas bien marcadas son una de las claves de la temporada, en la que gana la tendencia *messy*: esas cejas *rebeldes*, que aportan volumen y consiguen que la mirada parezca más abierta.

MAC COSMETICS. Delineador de ojos y gel de cejas (27 €).

Las sombras se desbordan y crean efectos dramáticos

OJOS



A TODO COLOR

Más allá de los tonos tierra, las opciones del maquillaje de ojos se amplían con paletas en colores mucho más atrevidos y acabados iridiscentes, que siguen siendo protagonistas de todas las miradas.



GUCCI. Máscara L'Obscure (46 €).
PRADA. Paleta de ojos Prada Dimensions (80 €).
ARMANI. Sombra líquida Eye Tint, en tono Rose Ashes (33 €)

BENEFIT. Cera para cejas Precisely My Brow Wax (52,99 €).

Resplandor y frescura para un rostro impecable

LABIOS

PIEL

CLINIQUE.
Corrector de
cobertura
total (34 €).



GLOW

Los acabados con brillo y toques de luz, más allá de los puntos estratégicos, consiguen maquillajes tan frescos como luminosos, perfectos para alargar el verano... aunque sólo sea en la piel.



SIN FILTRO

La salud de la piel es lo más importante: los resultados muy naturales sustituyen a los rostros sobrecargados del pasado. Los productos ligeros ganan protagonismo para lucir una tez cuidada y sin excesos.



CHARLOTTE TILBURY. Primer Flawless Poreless (49 €).

BIOThERM. Crema Blue Peptides Uplift SPF 30 (105 €).

L'ORÉAL PARIS. Base de maquillaje Lumi Glotion (12,99 €).



DOLCE & GABBANA. Iluminador Devotion (55 €).

CHANEL. Iluminador en barra (45 €).



GUERLAIN. Rouge G Satin, tono 870 (42 €).

YSL. Rouge Pur Couture, tono N15 (45 €).

LANCÔME. L'Absolu Rouge Drama Ink, tono 481 (35 €).

PURA INTENSIDAD

Como hemos visto en las pasarelas, los tonos oscuros y profundos, del burdeos al marrón chocolate, regresan a los labios para convertirlos en uno de los focos de atracción del rostro. Y lo hace en diferentes texturas: satinadas, mate o jugosas, perfectas para renovar cualquier look.



CORTES

Resultados menos trabajados y melenas con volumen son los requisitos del pelo rizado y ondulado, que, este otoño, se impone a los cabellos lisos.

En las melenas rizadas, el estilo más natural convive con los cortes atrevidos



MONCHO MORENO
Spray Curl Me
Now para cabello rizado (29,90 €).



CABELLOS



PEINADOS

Clásicos como los moños, elegantes como los recogidos pulidos y el efecto wet, que nunca falla, para reinventar la infalible coleta. Tres propuestas que siempre funcionan en melenas largas y cabellos más cortos, para dar un plus de originalidad a un look.



GISOU. Aceite multifunción para el cabello, que da brillo, suavidad y fuerza (22,99 €).



MIRIAM QUEVEDO. Sérum Black Baccara para hidratar y fortalecer (45 €).
DYSON. Plancha secador Dyson Airstrait™, sin placas calientes ni daños por calor. (c.p.v.).





El baño del bebé, DIVERSIÓN Y MIMOS

El baño se convierte en una oportunidad para hacer de la vuelta a la rutina un ritual de diversión con tus hijos.

Se acaba el verano y toca retomar la rutina. Esto no implica renunciar al disfrute con nuestros hijos, pues en el día a día hay muchos momentos de mimos y diversión, como la hora del baño.

Convierte el ritual del baño en un recuerdo mágico reforzando el vínculo con tus peques gracias a Ricitos de Oro.

EL BAÑO PARA CREAR VÍNCULO CON TU BEBÉ

Las dos líneas del gel-champú 2en1 de Ricitos de Oro, Manzanilla y Lavanda & Lechuga, han sido galardonadas con el Premio Victoria de la Belleza Baby Top Innovación 2024 por su eficacia, textura y aroma.

Sus fórmulas testadas dermatológicamente son suaves e hipoalergénicas,



a base de ingredientes naturales. La línea de Manzanilla protege y suaviza el cabello y la piel del bebé, y ayuda a mantener el tono natural del cabello. La línea Lavanda & Lechuga brinda el poder relajante de la lavanda y las propiedades calmantes de la lechuga. Y ambas cuentan con su loción corporal correspondiente para nutrir la piel del bebé.

Pero lo que más os conquistará tanto a ti como a tu peque es el tapón sonajero dosificador abrefácil del gel-champú 2en1, un diseño único en el mercado que permite aplicar el producto con una sola mano, sin desenroscarlo ni desperdiciarlo, al tiempo que estimula los sentidos y fomenta la diversión con su sonido musical, haciendo del baño el momento más especial de la rutina.

— “UN SÍMBOLO DE MODERNIDAD FLORAL PARA ESTE NUEVO CAPÍTULO” —



*La vie est
belle L'Elixir,
la nueva
fragancia de
Lancôme.*



Amor PROPIO

Lancôme reinventa su icónico aroma, del que la famosa actriz Julia Roberts es embajadora, con una fórmula más atrevida y estimulante.

Julia Roberts encarna, mejor que ninguna otra estrella, la autenticidad y la energía positiva que una esencia inolvidable, como es *La vie est belle*, transmite en cada gota. Por eso es la imagen del perfume de Lancôme desde su lanzamiento hace 12 años y, también por eso, ha renovado esa colaboración para *La vie est belle L'Elixir*, el próximo lanzamiento (desde el 1 de septiembre) con el que la *maison* refleja la “euforia” que nace al perseguir tu propia felicidad.

Este acto de amor propio en forma de fragancia lleva la firma de dos famosos perfumistas franceses: Christophe Raynaud y Antoine Maisondieu. “Se trata de una reinterpretación moderna de la violeta, una flor aparentemente pequeña, pero extremadamente poderosa”, afirma Raynaud. Un “nuevo símbolo de modernidad floral para este nuevo capítulo de *La vie est belle*”, apunta Maisondieu, quien reconoce que “detrás de este perfume hay un deseo de dulzura”.

La adictiva atracción de *L'Elixir* arranca con un acorde de frambuesa, que se entrelaza con el de una irresistible pera jugosa y las notas cítricas del corazón de bergamota y la mandarina verde. La hoja de violeta, protagonista de la esencia, crea



un radiante *bouquet* floral junto a la rosa, para evocar la nueva modernidad del perfume.

Para capturar su sensualidad, se presenta en un frasco que evoca la figura de la mujer. “Quería crear un equilibrio entre la suave sensualidad de las preciosas curvas femeninas y los bordes limpios de una silueta moderna”, explica la diseñadora Suzanne Dalton. Julia Roberts protagoniza su campaña, a las órdenes de Damien Chazelle, director de *La La Land*, con una película que representa el amor propio de la fragancia con las románticas azoteas de París como telón de fondo. ●



CABELLO FUERTE Y SANO

Este es el cuidado imprescindible en tu neceser para decir adiós a la caída capilar.

El verano debilita nuestro cabello por culpa del sol, el cloro de la piscina y la sal del mar. Para lucir una melena envidiable, I.C.O.N. tiene el mejor aliado.

El Regenerador Capilar 5.25 de I.C.O.N. frena la caída, al tiempo que estimula y acelera el crecimiento capilar. ¿El resultado? Pelazo asegurado.

PRESUME DE MELENA

Este cuidado que no debe faltar entre tus imprescindibles, es ideal para todo tipo de cabellos, especialmente para aquellos que lidian con la caída capilar, la debilidad y la poca densidad. Aporta a tu pelo todos los aminoácidos, proteínas y vitaminas necesarias para un crecimiento sano y duradero, evitando la caída prematura.



No solo favorece el crecimiento del cabello, sino que además refuerza el folículo piloso para que crezca más denso y fuerte, sin dejarlo seco.

Está formulado con tres moléculas patentadas: Capixyl, Follinsync y Capauxeína. Estas evitan el envejecimiento del folículo piloso promoviendo el crecimiento del pelo, estimulan la producción de proteínas para que crezca más fuerte y sano, y regeneran la melena.

CÓMO UTILIZARLO

Puedes utilizar el tratamiento hasta tres veces al día. Aplícalo directamente sobre el cuero cabelludo húmedo o seco y masajea suavemente con las yemas de los dedos en movimientos circulares. No es necesario aclararlo, ¡sentirás tu melena suelta y llena de vida!



El Regenerador Capilar 5.25 de I.C.O.N. frena la caída, al tiempo que estimula y acelera el crecimiento capilar. ¿El resultado? Pelazo asegurado.

Disponible en iconencasa.com, salones I.C.O.N. y tiendas online asociadas.



Corrector *Everywear Concealer*, una fórmula ligera enriquecida con aceite de aguacate (29 €) y *Mini Blushy Palette*, dos coloretes en textura bálsamo súper cremoso y nacarado ultrabrillante (29 €), todo de **Rabanne**.



Brillo NATURAL

Con la sencillez como bandera y el brillo del tejido *mesh metal* como fuente de inspiración, Rabanne revoluciona el mundo del maquillaje con *Nudes*.

Por Ana CALVO

Es la nueva línea de bases de maquillaje ideada por Diane Kendal, la directora creativa de línea Rabanne Beauty, que ha querido fusionar los conceptos de libertad e individualidad en esta formulación magistral e innovadora cuyas texturas se funden con precisión en la piel. “Hay que experimentar, jugar y encontrar tu propia voz eligiendo cómo quieres verte a ti misma”, dice Kendal. Inspiradas en el icónico *mesh metal* [en inglés, malla metálica] del genial Paco Rabanne y su capacidad para reflejar la luz, las nuevas bases *Fresh Touch Foundation* están enriquecidas con aceite de aguacate para realzar el brillo de la piel, alisarla de manera instantánea e hidratarla. El resultado: más luminosidad y un efecto *cara lavada* fresco y ligero.

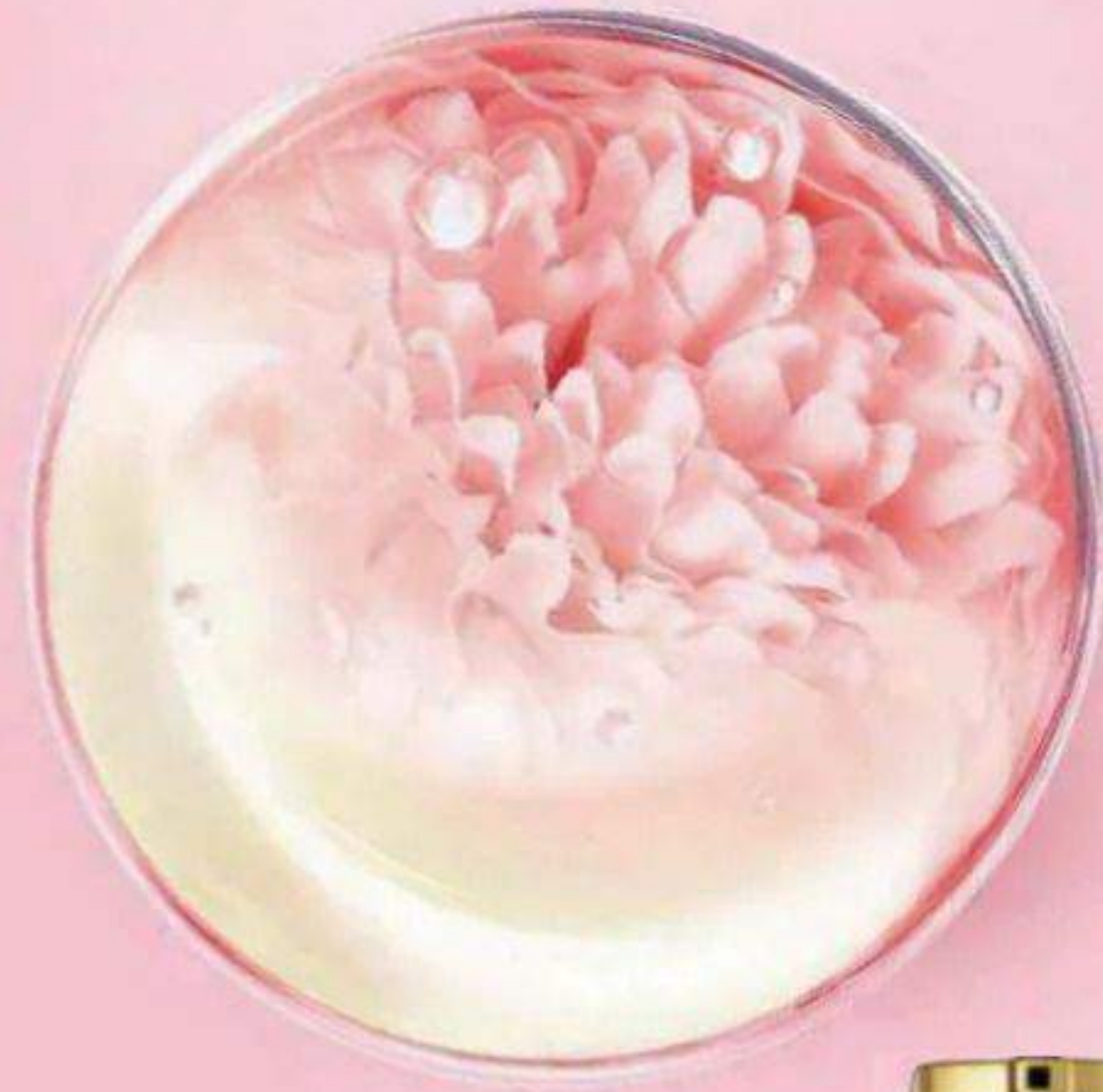
Con una textura que recuerda a la suavidad de delicados tejidos como la seda, pero reflejando el brillo como sólo lo hace el metal más puro, las nuevas bases de Rabanne están pensadas por y para todas. Y para todos. Porque este desnudo natural unisex reposa sobre la piel en 30 tonos y tres subtonos diferentes. Además, son aptas para todo tipo de personas, desvelando una nueva generación de maquillaje que eleva a otro nivel el efecto *no filter*.



REVITALIZA TU PIEL

La vuelta del verano trae consigo el desafío de restaurar la luminosidad y la uniformidad de la piel, tras la exposición solar.

Descubre cómo hacerlo con Age Perfect Golden Age de L'Oréal Paris.



Septiembre marca el fin del verano y la vuelta a la rutina, y con ello surge la pregunta más repetida: ¿cómo recuperar la uniformidad de la piel tras la exposición solar? Especialmente, a partir de los 50, nuestra piel experimenta cambios que afectan a su brillo y a su estructura, dejándola apagada y flácida. Además, la exposición al sol durante los meses de verano puede causar la aparición de manchas oscuras y de la edad, lo que enfatiza aún más la necesidad de una rutina antimanchas eficaz.

La gama Age Perfect Golden Age de L'Oréal Paris es la solución ganadora. Creada para reactivar la luminosidad de la piel, atenuar manchas de la edad y mejorar la apariencia de la dermis madura, es todo lo que tu piel necesita. Las arrugas, manchas y flacidez, agravadas por la radiación ultravioleta, pueden reducirse gracias al extracto de peonía y la niacinamida, los activos clave en esta rutina antiedad compuesta por dos pasos.

Creada para reactivar la luminosidad de la piel, atenuar manchas de la edad y mejorar la apariencia de la dermis madura.

TEZ RADIANTE EN DOS PASOS

Como primer paso, el Age Perfect Sérum Corrector formulado con extracto de peonía y niacinamida, corrige eficazmente los signos del envejecimiento y la pigmentación, con resultados visibles en tan solo cuatro días. Su textura ligera y de rápida absorción lo convierte en un aliado perfecto para revitalizar la dermis madura, dejándola suave, radiante y con un tono uniforme.

A este elixir se une Age Perfect Crema de día SPF 20, con células nativas de peonía, calcio y vitamina B3, no solo hidrata profundamente sino que también revitaliza la piel, restaurando su luminosidad y el brillo rosado natural. Su fórmula avanzada protege contra los daños solares diarios gracias a su SPF 20, previniendo la aparición de nuevas manchas y el envejecimiento prematuro. Despidete de los efectos del verano y recobra una piel radiante y uniforme.





Dior lleva el cuidado de la piel a un nivel superior, uniendo lo mejor de la naturaleza y la más avanzada innovación.

Por S. C.

ROSA SIN ESPINAS



A la deha., cosecha de la rosa de Granville, el ingrediente clave de esta fórmula innovadora. A la izq., modelos en el desfile de Dior.



Christian Dior nació en 1905 en Granville, una ciudad costera de Normandía (Francia) donde sus padres, miembros de la burguesía, poseían una villa del siglo XIX, Les Rhumbs, que hoy se puede visitar como museo. Muy cerca, se encuentra un jardín especializado en el cultivo de la rosa homónima del municipio galo. Conocida por su resistencia excepcional, esta flor sobrevive a todo tipo de agresiones ambientales, aunque crezca en una bahía llamada “la Mónaco del Norte”.

La *maison* del diseñador, fallecido en 1957, ha aprovechado las propiedades únicas de esta rosa para crear La Micro-huile de Rose, un concentrado rico en micronutrientes y omegas esenciales que nutren la piel desde el interior. En cada frasco de 30 ml, este sérum contiene 10.000 micro-perlas, que cuentan con activos que aceleran tanto la reparación como la recuperación de la dermis, capaces de borrar la memoria de una agresión para mantener el funcionamiento de los mecanismos antiedad naturales. Tras el uso de este cosmético, la piel se muestra firme, elástica y radiante.

El compromiso de Dior con la sostenibilidad también se refleja en este concentrado, ya que los métodos de cultivo de las rosas de Granville cumplen con unos exigentes requisitos: que sean regenerativos, no erosionen el suelo y respeten el medio ambiente a largo plazo. Además, todos los procesos de recolección y producción deben estar sometidos a los altos estándares ecológicos de la firma.

La Micro-huile de Rose podría servir de homenaje de la *maison* a los orígenes del *couturier*, ya que esta residencia, ubicada en la cima de un acantilado y rodeada por una hectárea de jardín, siempre ocupó un lugar especial en sus recuerdos. “He conservado la nostalgia por las noches tormentosas, la niebla, el toque de muerte de los funerales y la llovizna normanda en medio de los cuales pasé mi infancia”. También podríamos añadir a esa lista de memorias esta rosa... sin apenas espinas. ●

Revitaliza TU PIEL

Si tu piel ha perdido su luz y vitalidad, recuperarla es tan sencillo como aliarse con la nueva línea Vitamina C.B3 de Ziaja. En www.ziaja.es



Una piel que ha perdido su vitalidad se ve apagada, cansada y con falta de hidratación y, por ello, necesita cuidados específicos. En este contexto, la línea Vitamina C.B3 de Ziaja, compuesta por 8 cosméticos veganos para rostro y cuerpo, ofrece a la piel una revitalización profunda, recuperando su luminosidad natural. Y lo hace a través de su fórmula con una alta concentración de vitaminas, destacando la Niacinamida o Vitamina B3, junto a las Vitaminas C, E, B5 y B6.

La gama, apta para todo tipo de pieles, incluso acnéicas o con rosácea, propone una

sencilla rutina que asegura una regeneración intensa durante la noche y un efecto energizante inmediato, además de una mirada radiante, durante el día. Todo ello, con un aroma cítrico espectacular.

DESPIERTA, ALISA E HIDRATA TU ROSTRO

Los productos incluyen un gel limpiador facial con pH neutro y sin jabón que elimina las impurezas e hidrata la piel, un gel exfo-

liante facial que suaviza e iguala el tono, un tónico facial en spray que hidrata y revitaliza la epidermis, y un tónico facial iluminador 1% [AHA+PHA] que reduce los puntos negros. Además, la crema facial revitalizante y la crema de noche regeneradora aportan hidratación y un brillo juvenil, mientras que el sérum facial activo mejora la elasticidad de la piel y suaviza las arrugas. Por último, el bálsamo corporal hidrata y mejora la elasticidad de la piel. ¿Preparada para devolverle el brillo natural a tu piel?

Disponibles en perfumerías, cadenas de perfumería, farmacias, parafarmacias, en tiendas online y en www.ziaja.es

La línea Vitamina C.B3 de Ziaja, compuesta por 8 cosméticos veganos para rostro y cuerpo, ofrece a la piel una revitalización profunda, recuperando su luminosidad natural.



UNA MIRADA AL FUTURO



Investigación, tecnología y creatividad son los ingredientes con los que L'Oréal Groupe continúa liderando el camino hacia la cosmética del mañana.

Por Sandra CÁRCEL



A la dcha., Barbara Lavernos, directora general adjunta de Investigación, Innovación y Tecnología de L'Oréal Groupe.



Desde su fundación en 1909 por el químico Eugène Schueller, L'Oréal ha sido sinónimo de vanguardia científica y tecnológica en el mundo de la cosmética. La firma, que lanzó el primer tinte seguro para el cabello hace más de un siglo, ha demostrado que su compromiso con la innovación se mantiene vivo en Vivattech 2024, el evento tecnológico más grande de Europa. “Nos embarcamos en este viaje hace años y hemos sido una de las primeras empresas en adoptar las novedades a gran escala y en defender la *beauty tech* para la industria”, explica Barbara Lavernos, directora general adjunta de Investigación, Innovación y Tecnología de L'Oréal Groupe, que subraya la importancia de los avances científicos a la hora de conseguir ser el líder de la belleza.

Entre las innovaciones que la firma ha presentado en este evento se encuentra Rénergie Nano-Resurfacer | 400 Booster, un dispositivo de belleza que, a través de sus nanochips, mejora la penetración de activos en la piel. O el AirLight Pro, el primer secador profesional que emplea la luz infrarroja para un secado más eficiente y menos dañino para el cabello. “Cada vez son más los consumidores que exigen resultados profesionales en casa”, señala Guive Balooch, director de Augmented Beauty e Innovación de L'Oréal Groupe. Estos avances, y su compromiso sostenible, son las señas de identidad de la compañía francesa, referente cosmético en todo el mundo. “Creemos que la tecnología puede ampliar los límites de lo que es posible para una belleza más personalizada, inclusiva y responsable”, concluye Barbara Lavernos. ●



DOBLE EFICACIA

Llega una nueva generación del emblemático sérum bifásico de Clarins. El extracto de caña de Provenza bio de su fórmula es capaz de neutralizar el 100% de las modificaciones que afectan a nuestros genes y que están ligadas a un mal estilo de vida (147 € / 50 ml).



LA MAGIA DEL TAROT

Cécile Paravina se inspira en su relación con lo místico para la primera colección de maquillaje que ha creado junto a Chanel. El resultado: un juego de contrastes y colores atrevidos, con 15 barras de labios de acabado mate luminoso (48 €), y dos tonos de colorete grabados con un juego de cartas (65 €).



OBJETOS DE DESEO

La nueva temporada se aproxima cargada de novedades *beauty*, en forma de nuevos tratamientos y maquillajes vibrantes.



Los mejores ingredientes veganos y sostenibles se unen en esta nueva gama antiedad Resveratrol-Lift de Caudalie, formada por tres productos: sérum de firmeza (42,90 €), fluido redensificante (39,90 €) y tratamiento *lifting* de ojos (39,90 €). Esta rutina completa se ha diseñado para mejorar visiblemente la piel con sus componentes. El colágeno tipo 1 estimula la síntesis de las fibras de colágeno cutáneas y refuerza el óvalo facial, mientras que el ácido hialurónico repara e hidrata en profundidad. Y, por 59 € de compra, regalan un neceser de la marca Balzac.

TRAS EL VERANO, UNA RUTINA COMPLETA

PARA LOGRAR UN ROSTRO MÁS JOVEN Y FIRME



Un verano con clase en LOS HAMPTONS



Athena Calderone, interiorista, chef y una de las anfitrionas más *chic* del paraíso de la *jet* de Nueva York, nos invita a su residencia de Amagansett. Sus consejos *deco* los siguen Naomi Watts y Olivia Wilde.

Por E. VERBO Fotografía: Nicole FRANZEN

Blanco, la apuesta segura

"Elige aquello en lo que quieres que se centre la mirada y deja que las piezas secundarias queden relegadas. Mi mesa de centro era tan llamativa que la combiné con una alfombra, un sofá y una silla de mediados del siglo XX, todo en tonos neutros"



Entre East Hampton, con su Main Street repleta de tiendas sólo aptas para *preppys*, y Montauk, retiro de fotógrafos como Peter Beard o Andy Warhol, se alza discreto Amagansett, el pueblecito de los Hamptons, la zona del sur de Long Island, que cada verano se convierte en lugar de peregrinaje para las clases adineradas de Manhattan. Allí pasan sus días de asueto Julianne Moore, Lauren Santo Domingo, Julian Schnabel... y Athena Calderone. Casada con el DJ Victor Calderone, colaborador de Madonna o Sting, esta exmodelo que debutó en *Vogue* al casarse con 23 años vestida de Dolce & Gabbana se ha convertido en una auténtica pope del interiorismo, disciplina en la que se formó y por la que hoy es seguida por actrices como Olivia Wilde o Naomi

Watts. Un dato ilustra sus éxitos: los resultados de sus diseños son los más buscados de Pinterest. De hecho, el que fuera el baño de su apartamento de Cobble Hill (Nueva York) se ha replicado hasta el infinito. Y la fiebre por lo suyo no cesa: su cocina ha sido una de las más copiadas, tanto que, una vez, estando en Miami, se dio cuenta de que todas las de una construcción eran como la suya. Ésa es la prueba de que es una prescriptora de verdad. De hecho, la presentan como la heredera de Martha Stewart, la reina de las buenas maneras.

Por ello se ha convertido en una celebridad, ha creado su marca de estilo de vida *Eyeswoon*, que fundó en 2011, y ha escrito varios libros, entre ellos *Vivir con belleza*, recién editado en España por Anaya Multimedia. En él, a través de sus amigos decoradores de interiores, diseñadores de moda y creadores de tendencias, desgana las claves



EL BAÑO DE SU
APARTAMENTO
DE NUEVA
YORK SE
CONVIRTIÓ
EN EL MÁS
COPIADO DE
PINTEREST

Más allá del jardín

Cuando Athina y su marido se mudaron aquí, la naturaleza lo invadía todo. Por eso han querido mantener una vivienda que, gracias a sus grandes ventanales, se abre hacia el exterior.



“Une y vencerás”

De arriba a abajo, la chimenea, imagen del salón y otra de las estancias de la casa. “Integra la arquitectura y el diseño gracias a una combinación de colores unificadora. Usé el techo de cuerda, las vigas negras y los montantes de las ventanas. Y reproduce sus tonos por toda la casa”.



Vivir con belleza, su libro de decoración, acaba de ser publicado en nuestro país por Anaya Multimedia.



Unidos por el mismo material

"Elegir un enfoque sistémico que implique la repetición de materiales es una forma brillante de unificar visualmente una casa. La piedra de lava ennegrecida, yuxtapuesta a la calidez de la madera, fue la inspiración para mi cocina... y para el baño. Era eficiente y coherente".



Una habitación con vistas

"Rompo la simetría con una cómoda industrial alta y un dúo de delicadas mesillas de materiales mixtos"



HACE UN AÑO,
RENOVÓ LA
CASA JUNTO
A SU MARIDO,
COLABORADOR
DE MADONNA
Y STING,
Y SU HIJO,
TAMBIÉN DJ



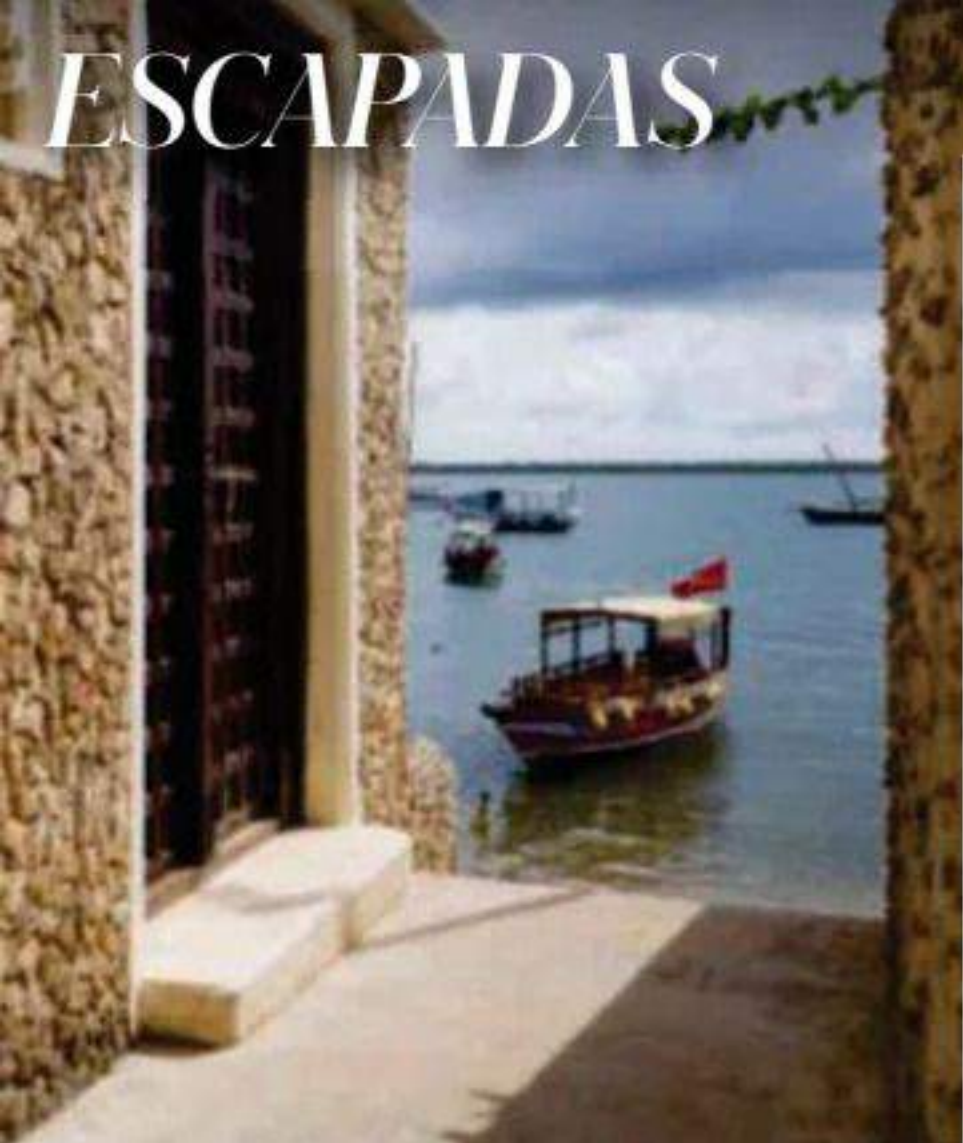
para crear hogares donde el lujo no está reñido con la comodidad. Lo que ya casi nadie recuerda es que tomó clases de interpretación y apareció en un episodio de *Sexo en Nueva York* en un papel anunciado como *Beautiful Woman*. Obvio, porque Calderone es mucho más que una “mujer bonita”. Harta de ser emulada, decidió poner a prueba la inteligencia de sus seguidores en las redes sociales. Y reformó su adorado de la Gran Manzana, pero también su residencia de Amagansett.

Tiempos de cambio

Cuando compró estos predios de modernidad rústica en los Hamptons, a finales de los 2000, el edificio se estaba cayendo y la hierba lo invadía todo. Por suerte, su vecino era el arquitecto Paul Masi, que convirtió el interior y el exterior en un “lugar sin fisuras”. Ella sólo le dio un requisito: que el techo fuese de cuerda, en aquellos años de *boom* por la estética industrial. Hasta que, el año pasado, sintió que había llega-

do el momento de cambiar. Durante un fin de semana, su marido y su hijo Jivan, también DJ y estudiante de la New York Acting School, retiraron el revestimiento de madera y colocaron nuevos paneles de yeso, que pintaron con cal, lo que aportó textura y ligereza al lugar. Los muebles los buscó en mercadillos locales y ferias de antigüedades.

“Esta casa sigue siendo un taller en el que experimentar. La modificaré, renovaré y retocaré, ya sea para darle más elegancia refinada o inyectar más rudeza, según me convenga. Es mi autobiografía visual”, escribe Calderone en su nuevo libro. “El verdadero talento de un diseñador no es sólo crear un espacio hermoso y funcional, sino conferirle ese algo especial e individual basado en quiénes vivirán allí”, cuenta Naomi Watts tras leerlo. Y así es cómo Athenea Calderone se ha convertido en una de las anfitrionas más fabulosas de Los Hamptons, la rivera atlántica que ya sedujo hace un siglo a F. Scott Fitzgerald, quien retrató esa vida a ritmo de foxtrot en *El gran Gatsby*. ●



HOTEL PEPONI

En la playa de Jadini de la aldea de Shela, es uno de los más glamurosos de África. Desde su terraza, se puede gozar de un delicioso menú ante el trepidar de los barcos a vela.

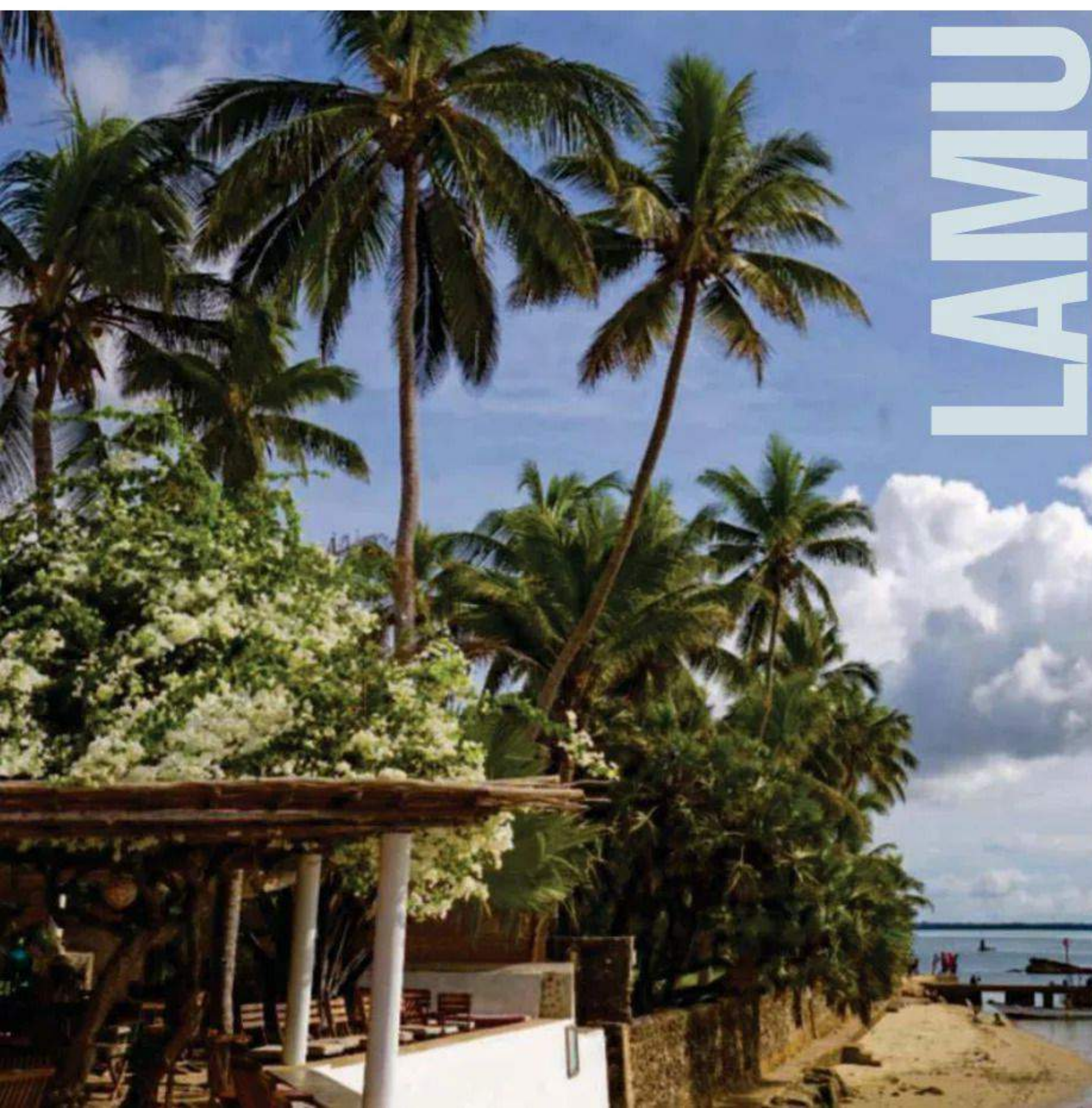
Mick Jagger



DESTINOS PARA DISFRUTAR COMO UNA CELEBRITY

Son los lugares elegidos por aristócratas, famosos y artistas. Aún hay tiempo para unas vacaciones con altura.

Por Eduardo VERBO



LAMU

VER LA VIDA PASAR

Ubicada en la costa de Kenia, la isla de Lamu, con sus idílicas playas salpicadas de frondosas palmeras tropicales, es un lugar elegido por muchos vip que encuentran el descanso en ese lujo del *shabby chic*. A saber: el cantante Mick Jagger, la princesa Carolina de Mónaco, la editora de estilo Marella Caracciolo o la modelo Inés Sastre. Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, se considera la ciudad suajili más antigua de África.





Naty Abascal



LOS HAPPY FEW

Refugio de la *jet set* europea, algunos comparan Comporta, a 120 km de Lisboa, con el Saint-Tropez de los años 50. Una de las casas más interesantes de esta franja de 60 km de playa virgen, entre arrozales y pinares donde las cigüeñas dibujan una bella estampa ante el arrebol de esa luz portuguesa, es la de Carlos Souza, histórico relaciones públicas de Valentino, y su ex mujer, Charlene Shorto, ex cuñada del barón Thyssen. Por allí suelen pasar Naty Abascal, el diseñador Philippe Starck... o Madonna.



CARLOS SOUZA

El fotógrafo y ex estilista editó un libro para Assouline con las residencias con más *bliss* de la zona.

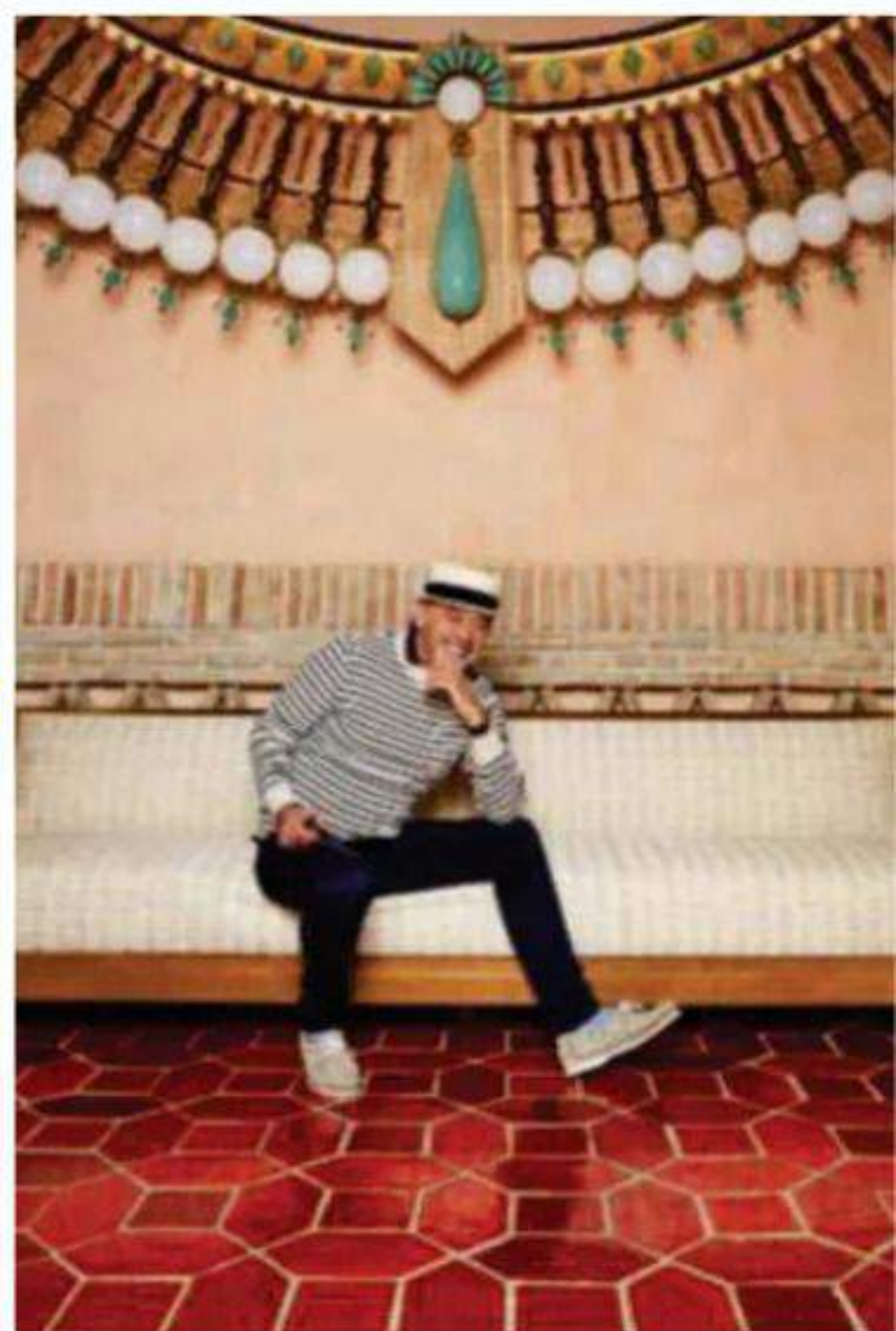
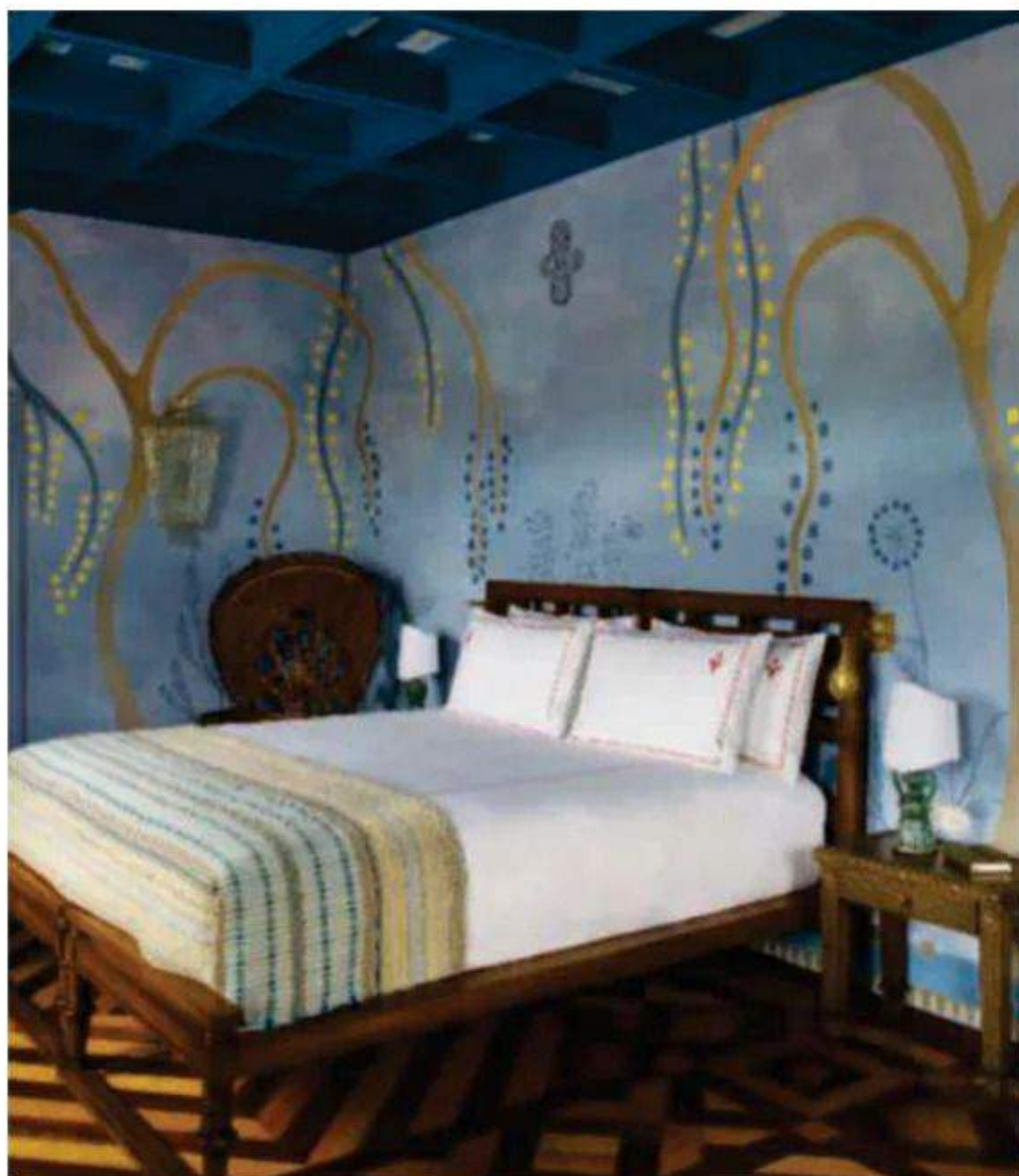


COMPORTA



RESTAURANTE SAL

Este chiringuito con fantásticas vistas a la playa de Carvalhal es popular por sus pescados. Entre sus clientes, el diseñador Jorge Vázquez, con casa en la zona.



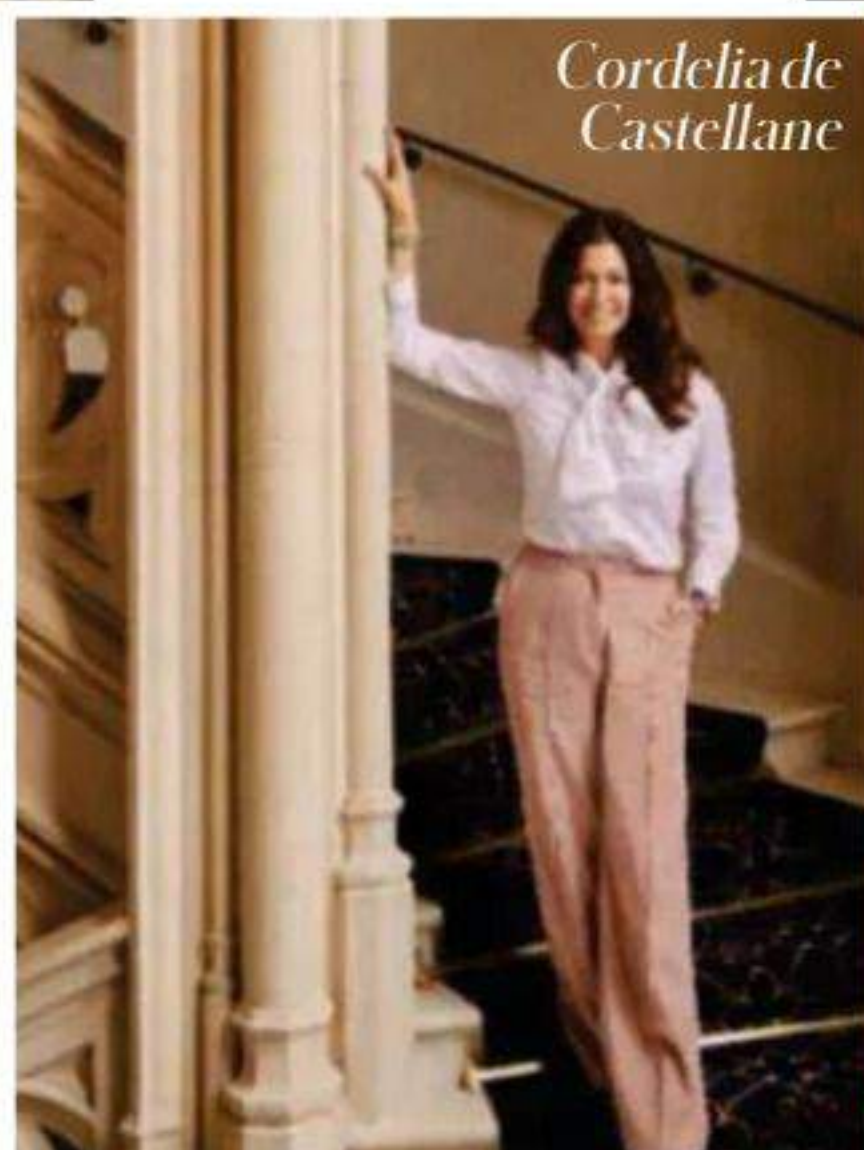
VERMELHO HOTEL

Propiedad de Christian Louboutin, es uno de los más exclusivos de Mérida, donde también tiene residencia el pintor Jason Martin.

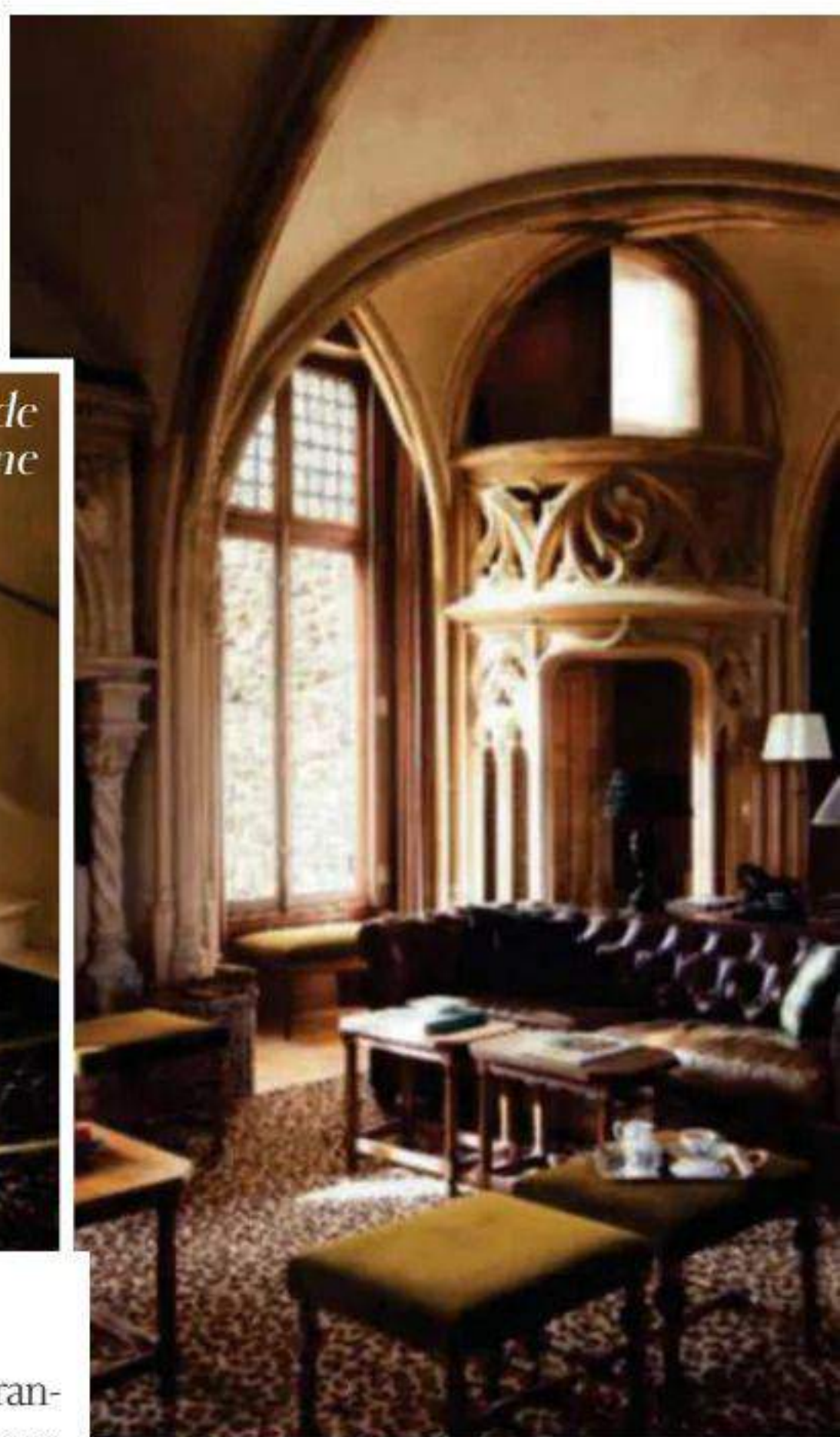


ABAYE DES VAUX-DE CERNAY

Este hotel es propiedad de Laurent de Gourcuff, "el rey de la noche de París", que acaba de rescatar el legendario restaurante Maxim's.



Cordelia de Castellane



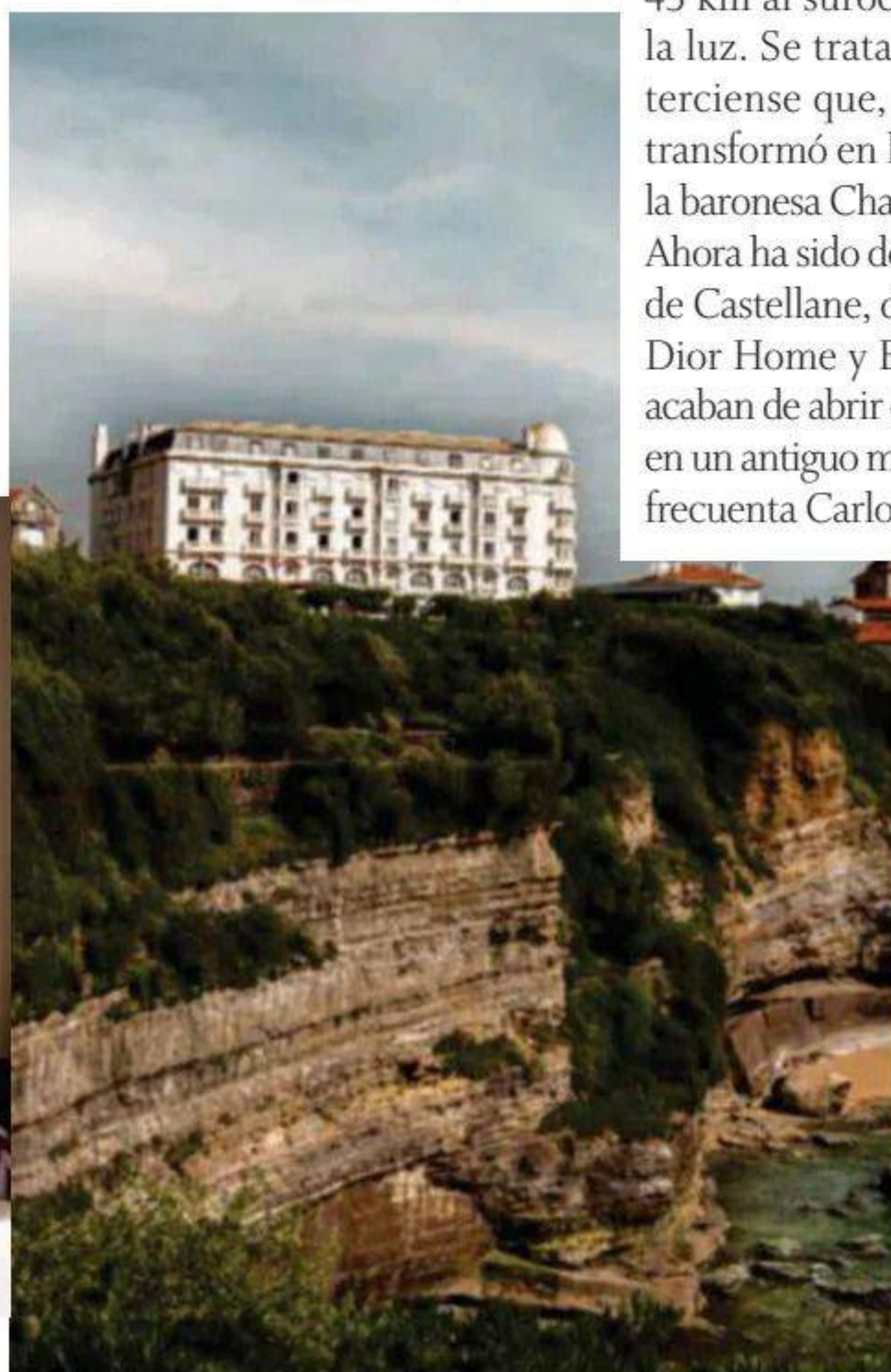
Carlota Casiraghi



FRANCIA

HOTEL REGINA

Este cinco estrellas es la nueva sensación de Biarritz, al sur de Francia, meca de la aristocracia nacional e internacional.

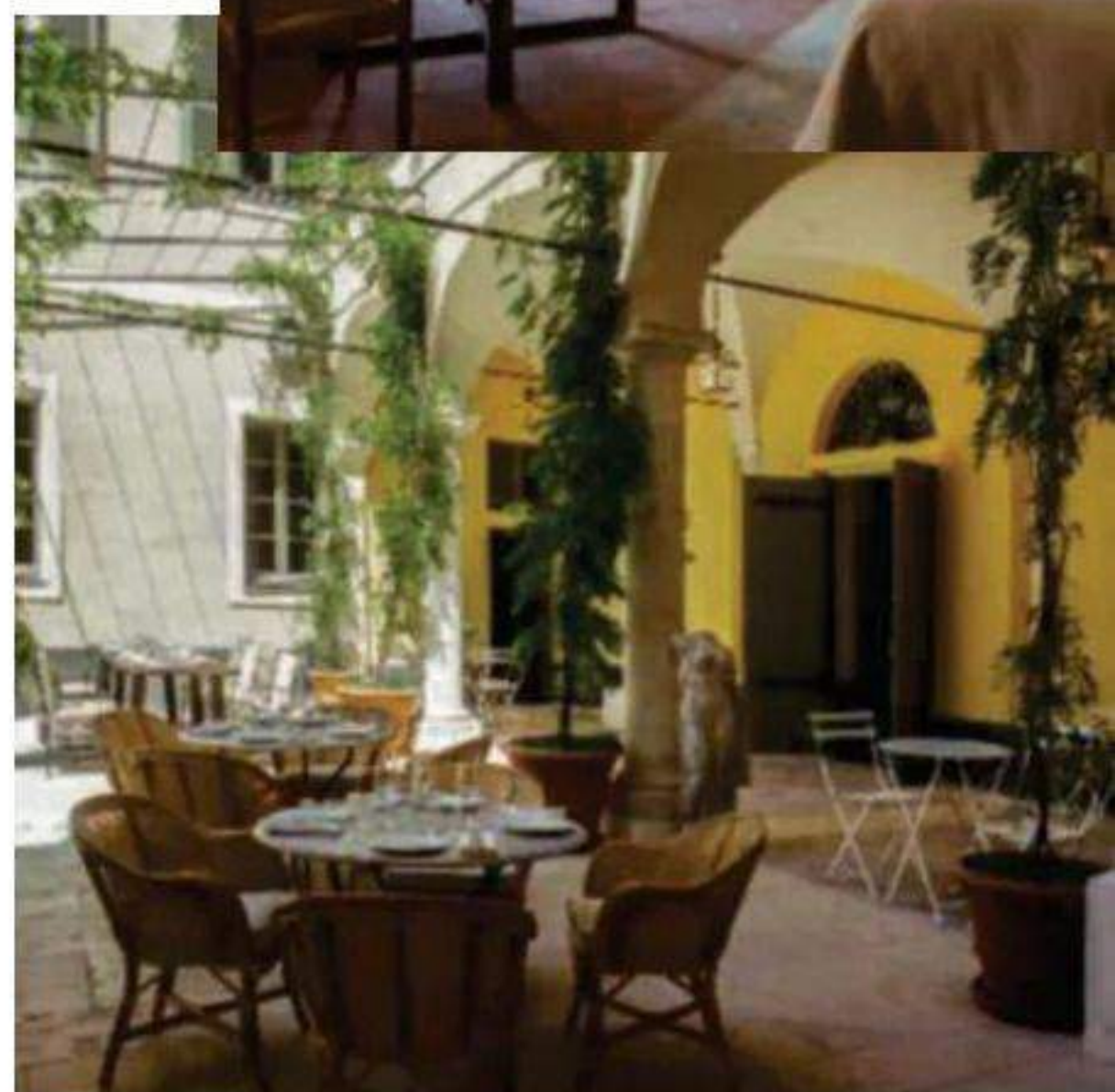


ORA ET ¿LABORA?

Si ha estado en París durante los Juegos Olímpicos y se encuentra exhausto de tanta emoción, puede recargar los sentidos en Abbaye des Vaux-de-Cernay, a 45 km al suroeste de la ciudad de la luz. Se trata de una abadía cisterciense que, en el siglo XIX, se transformó en la casa de verano de la baronesa Charlotte de Rothschild. Ahora ha sido decorada por Cordelia de Castellane, directora artística de Dior Home y Baby Dior. En Niza, acaban de abrir el Hôtel du Convent, en un antiguo monasterio. La zona la frecuenta Carlota Casiraghi.

HÔTEL DU CONVENT

En Niza, enclavada en la región de Provenza, se encuentra un convento del siglo XVII con un lujoso jardín y unas habitaciones donde reflexionar.





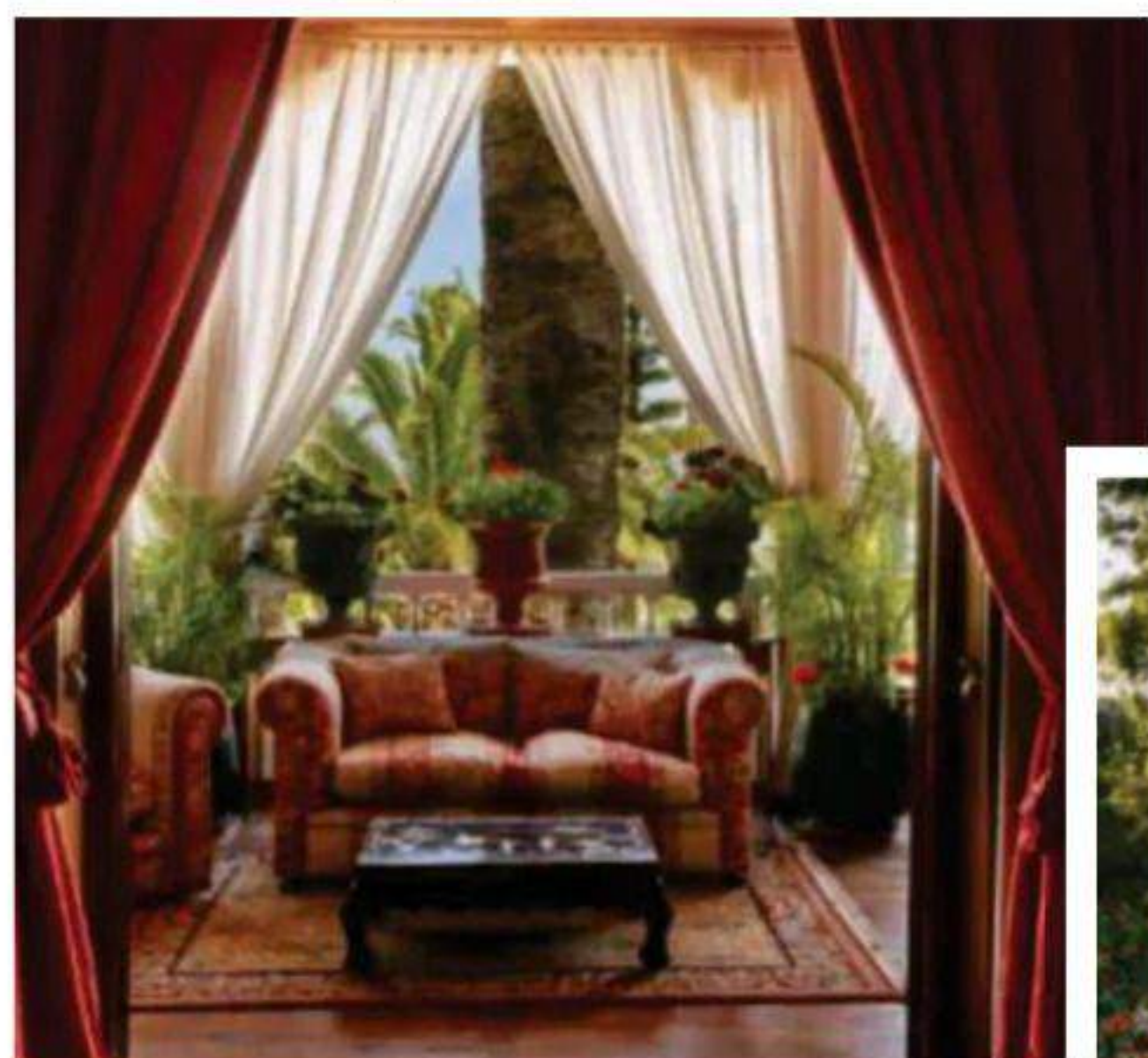
Yves Saint Laurent

VILLA MABROUKA

Antigua residencia de Yves Saint Laurent y Pierre Bergé, es hoy un hotel con una de las piscinas más apetecibles de la ciudad.

VILLA JOSEPHINE

Aunque está en las afueras, este hotel *boutique* de estilo inglés y grandes decorados es perfecto para almorzar con la vista puesta en el horizonte.



EL ENCANTO DEL MUECÍN

La brisa del Estrecho convierte agosto en un mes estupendo para visitar Tánger. Los expatriados más exquisitos ofrecen cenas espectaculares a la luz de las velas: hablamos de los interioristas Jamie Creel y Marco Scarani en Dar Zero, su *riad* de más de 300 años en la Kasbah, la fortaleza amurallada. Otro fabuloso paraíso es Dar Sinclair, propiedad de la modelo Jacquetta Wheeler, hija de la fotógrafa Tessa Codrington, llamada la “reina de Tánger” y amiga de Paul Bowles. Tampoco hay que dejar de lado Casa Tosca, del diseñador italiano Nicolò Castellini Baldissera. O la del anticuario británico Gordon Watson.

TÁNGER



UN PARAÍSO EN ROHUNA

El escritor Umberto Pasti creó un auténtico vergel en un páramo de Rohuna. Además, levantó uno de los *riads* con más clase.



LE MIRAGE

El icónico hotel ha seducido a Isabel Preysler, Elena Benarroch... y la última en disfrutar de sus rincones ha sido Arielle Dombasle, actriz conocida por su relación con el filósofo francés Bernard-Henri Lévy.



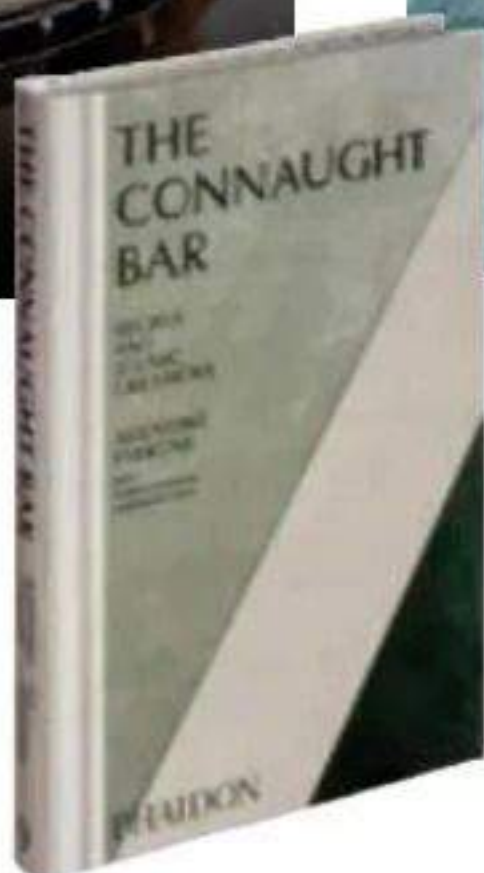
SORBOS con personalidad

A unos pasos de la playa de Riazor, el Cotton Club de A Coruña (Rúa Comandante Fontanes, 17) recupera el espíritu del mítico local de Manhattan que le da nombre para crear una carta repleta de referencias neoyorquinas servidas en una vistosa vajilla que, sin duda, eleva la experiencia. (cottonclubcoruna.es)



LOS SECRETOS DEL TEMPLO

En *The Connaught Bar* (Phaidon), Giorgio Bargiani y Maura Milia descubren los secretos del famoso bar londinense, uno de los mejores del mundo.



AGITAMOS LA COCTELERA

La pasión por *mixología* renueva el universo de los combinados a base de creatividad y locales con mucho estilo.

Por Aloña FDEZ. LARRECHI



MIX sostenible

Recetas únicas y técnicas de preparación centenaria han hecho de Dr. Stravinsky (C/ dels Mirallers, 5) una referencia en el universo coctelero de Barcelona. Gran parte de sus destilados los elaboran en su laboratorio y trabajan con productores de proximidad para que "la huella de nuestras alegrías sea lo más limpia posible". (drstravinsky.cat)

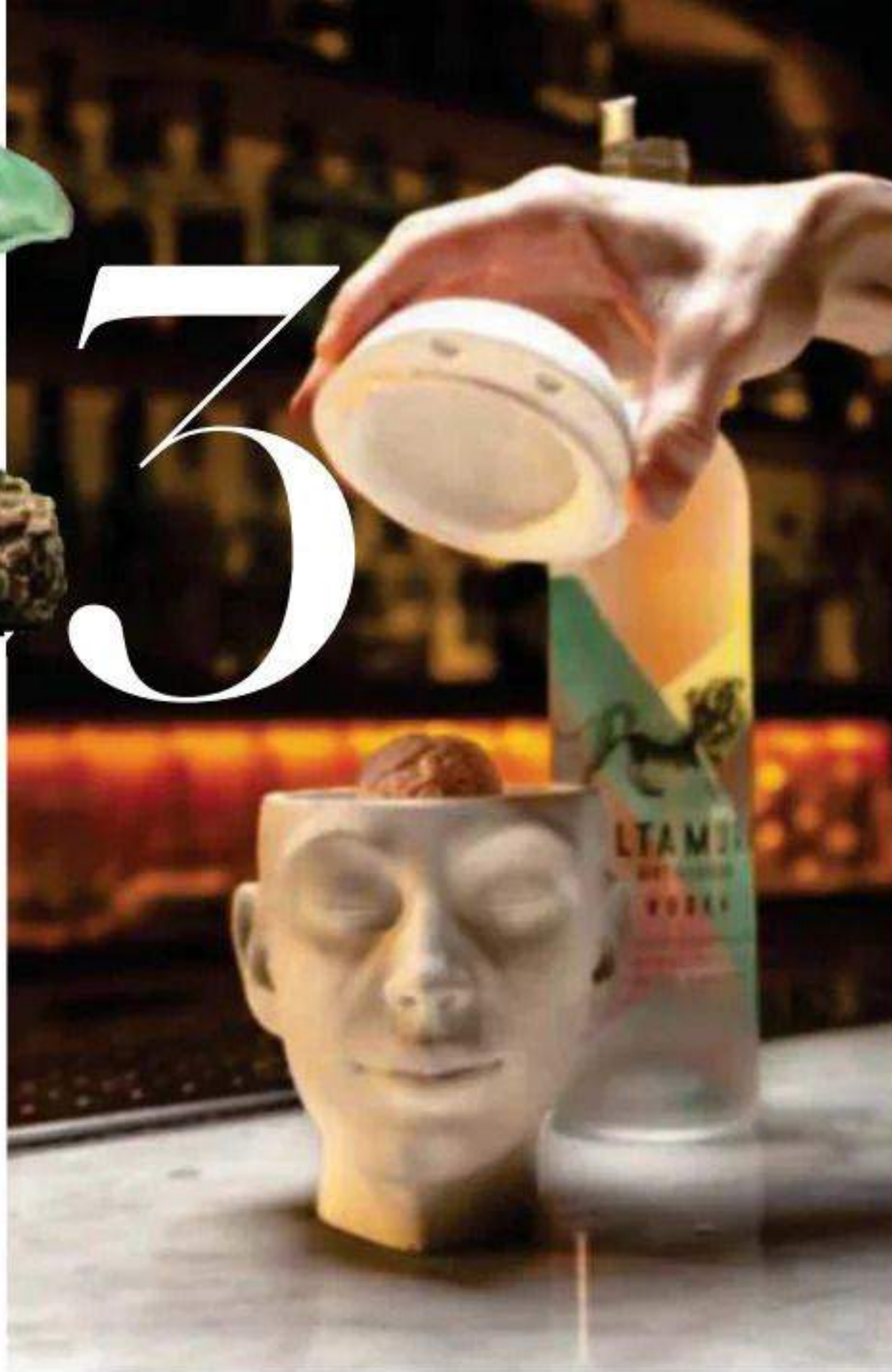




UNA JOYA reconocida

Con una nueva *cocktail list* recién estrenada, que se inspira en los misterios sin resolver del mundo, Paradiso (Carrer de Rera Palau, 4) lleva la experiencia a otro nivel desde Barcelona. Este año ha sido designado el cuarto mejor bar del mundo por la lista 50 World's Best Bars. (paradiso.cat)

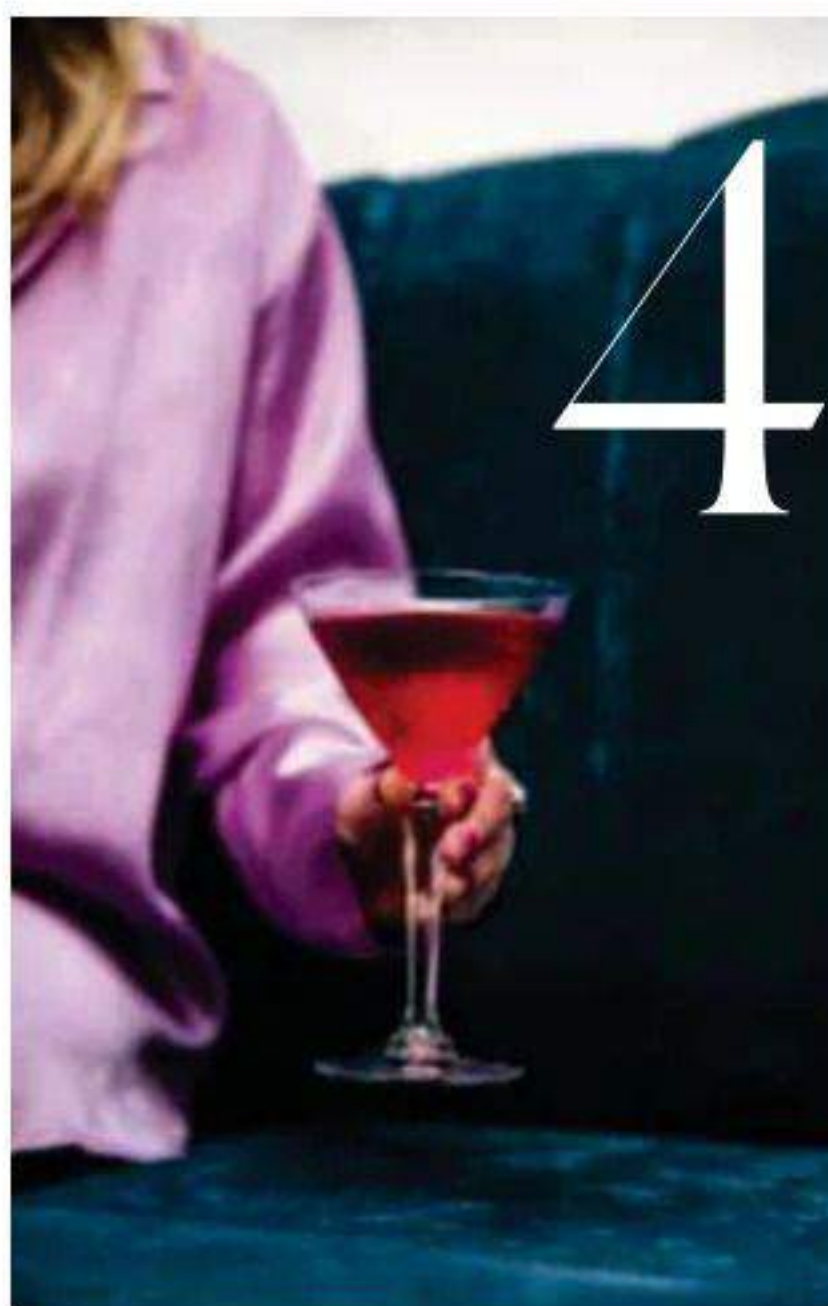
3



4

TRADICIÓN mediterránea

Cuna de la mítica Agua de Valencia, el célebre Café Madrid en Valencia (C/ de l'Abadía de Sant Martí, 10) lleva desde 1940 ofreciendo los mejores combinados de la ciudad. Sus sabores clásicos plasman su herencia cultural. (myhotels.com/restauracion/cafe-madrid/)



5

TRAGOS e historia

Sabores locales y creatividad se combinan en Montana (C/ San Pablo, 17) para crear cócteles que celebran la historia de Sevilla a través de diferentes épocas y personajes. (cocteleriamontana.com)



6

DRINKS & party

La pasión por la coctelería, la hospitalidad y la innovación son las señas de identidad de Chester & Punk (C/ Méndez Núñez, 4), un *cocktail club* que desde su original local lleva seis años conquistando a los malagueños. (chesterandpunk.myrestto.net)



7

LUJO ibicenco

Las vistas panorámicas al Mediterráneo son un ingrediente más de la cuidada selección mixológica de Persing Yatch Ibiza (Carrer sa Conillera, 4). En el club del hotel 7 Pines Resort, cada tarde se convierte en una celebración del lujo, gracias a sus clásicos reinventados y sus creaciones frescas e innovadoras. (7pines-ibiza.com)



COPAS de autor

Borja Cortina, mejor *bartender* de España en 2015, es el artífice de la propuesta de Varsovia Gijón (C/ Cabrales, 18). Una coctelería situada en uno de los edificios más emblemáticos de la ciudad, con vistas a la bahía de San Lorenzo, en la que proponen grandes clásicos y creaciones de autor. (varsoviagijon.com)

8

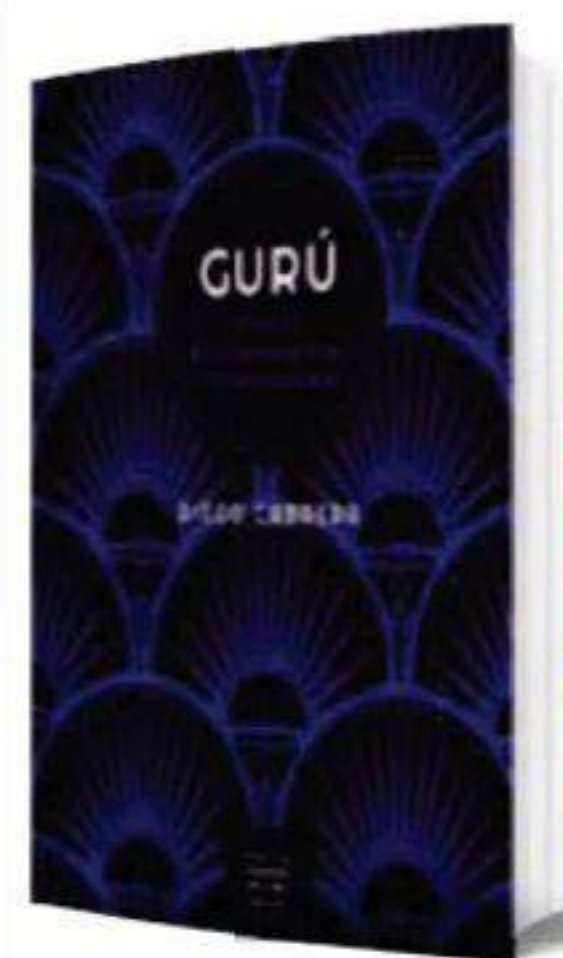
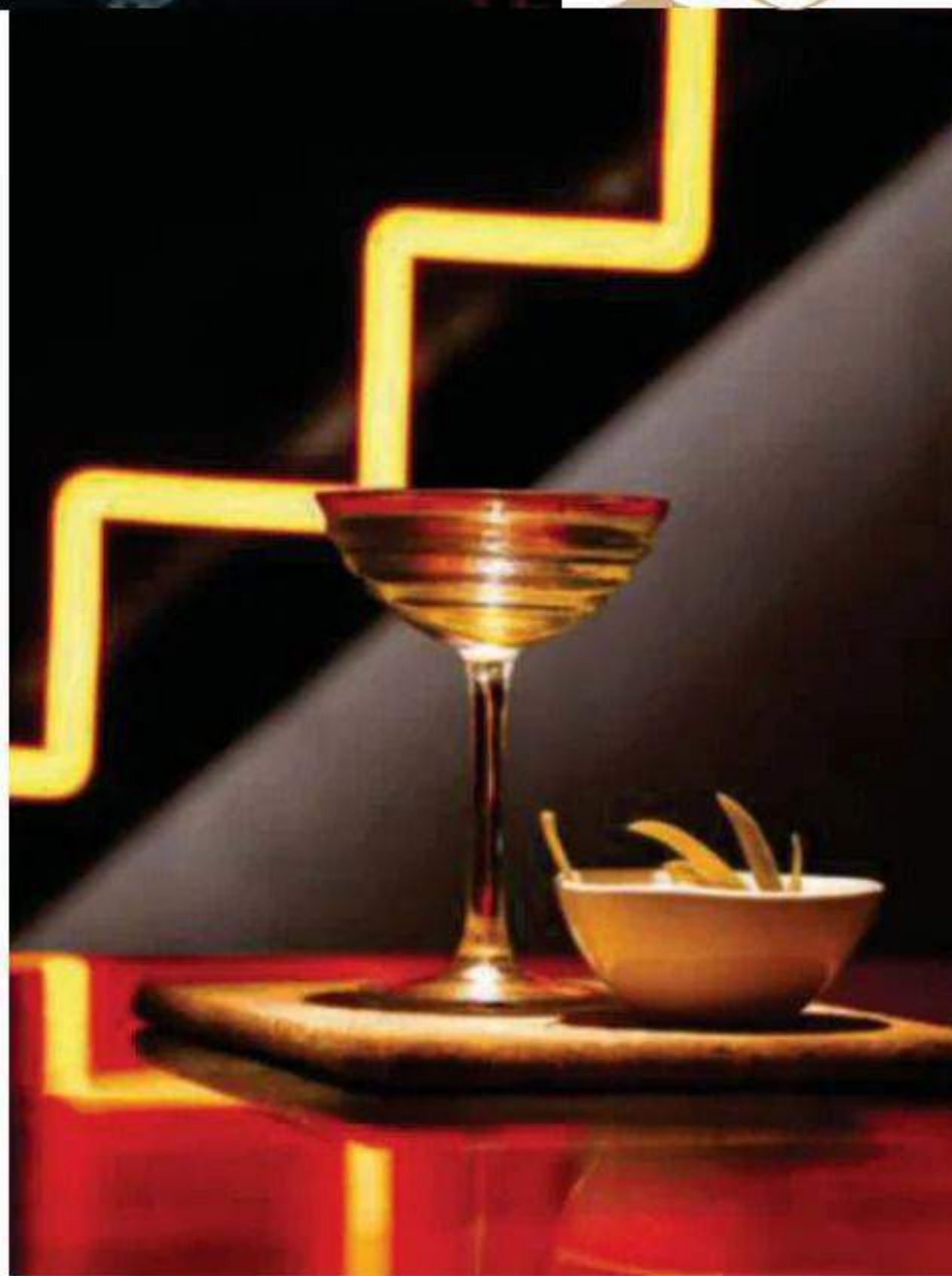
DÉJALO en sus manos

10

Con el concepto japonés de *omakase* como base, en el que el cliente se deja llevar por el barman, y una carta efímera, adaptada al producto de temporada, Sala de Personal (Pg. de Mallorca, 14 A) lidera la oferta mixológica más personal de la capital balear. (saladepersonal.com)

9 DELEITE a dúo

La excelencia de los cócteles y la sofisticación de la alta cocina se unen en HDDN (Plaza de Puerta Cerrada, 7, Madrid), un espacio para solo cinco comensales en el que José Miguel Gutiérrez les descubre sabores, texturas y experiencias. (hddn.es)



ALQUIMIA, MAGIA Y CREATIVIDAD

En *Gurú. Manual (multisensorial) de coctelería*, (Planeta Gastro), el argentino Diego Cabrera, fundador del madrileño Salmón Gurú, acude a todo tipo de expertos para entender el arte de la coctelería.

INFLUENCIA georgiana

El destilado georgiano chacha es la base de la propuesta líquida 100% artesana de Persimmons Madrid (C/ Bárbara de Braganza, 2). Unido a ingredientes naturales, consigue una interesante vuelta de tuerca a los tragos más clásicos de la coctelería internacional. (persimmons.com.es)



11



DESDE el origen

Punto de encuentro para los amantes de los sabores únicos y las experiencias memorables, Café Niebla Bar (C/ Bordadores, 14) es un espacio que redefine el arte de la coctelería en Salamanca. En su carta destaca su compromiso con la sostenibilidad y el uso de productos locales. (cafenieblabar.com)

12

13 REMEDIOS líquidos

En la localidad asturiana de Pola de Siero e inspirados en la medicina mágico-tradicional, Patio de Butacas (Pl. les Campes, 33) elabora cócteles con raíz e identidad, a partir de ingredientes que cultivan en su propio huerto. (clpatiodebutacas.es)



lideresconproposito.vocento.com

#ForoLíderesConPropósito

I FORO LÍDERES CON PROPÓSITO

Un proyecto de **Vocento**

Un espacio de diálogo y reflexión en el que los principales líderes empresariales e institucionales del país, así como destacados pensadores, mostrarán **una visión humanista de la empresa**, demostrando cómo las ideas se convierten en impactos reales y positivos para el negocio, el individuo y la sociedad.

9/10/24

Fundación Francisco Giner de los Ríos

Pº Gral. Mtnéz. Campos, 14. Madrid

REGÍSTRATE



CEPSA

Deloitte.

IBERIA

ISDIN
LOVE YOUR SKIN

ISS

IKEA

L'ORÉAL
GROUPE

McDonald's

MAHOU
SANMIGUEL

MAPFRE

NOVARTIS

Santander

salesforce

TENDAM

Telefónica
desde 1924



EL ENCANTO DE MARBELLA

ZAZOU

BELOUNIS

El exfutbolista nos descubre el imperio gastronómico que ha erigido como CEO de Casanis Group.

Un viaje al paraíso por los sentidos.



Regatear y marcar goles fue la pasión de Zazou Belounis (París, 1980) durante años, hasta que la cambió por la gastronomía. El exfutbolista se retiró en Catar, en 2014, para hacer lo que había soñado en aquellos viajes obligados por su profesión: “Probar nuevas texturas y formas de gastronomía”. Hoy, puede presumir de explorarlas a través de los restaurantes de Casanis Group, empresa en la que es CEO, y que componen un variado imperio de éxitos en Marbella. “Somos especiales por nuestro servicio, queremos que el cliente se sienta como en casa. Eso,



Nota Blu



Casanis Bistrot



Mamzel

la buena gastronomía y el espectáculo que sumamos a la experiencia, es lo que nos ha hecho triunfar”, explica. La prueba: en su buque insignia, Nota Blu Brasserie, no hay reserva para cenar los próximos fines de semana. En Mamzel encontramos el exceso del espectáculo nocturno por excelencia, pero el plan más romántico es una cena en La Plage, con puesta de sol de fondo. Hace 20 años, nació el primero y más clásico del grupo, Casanis Bistrot, opuesto al futuro que planea Belounis: “No hay prisa, pero tenemos proyectos internacionales sobre la mesa”. ●



PURO DELEITE

La última tendencia culinaria o la (lujosa) renovación de un símbolo de la ciudad, todo es posible en Marbella.

ESENCIA JAPONESA

Nintai

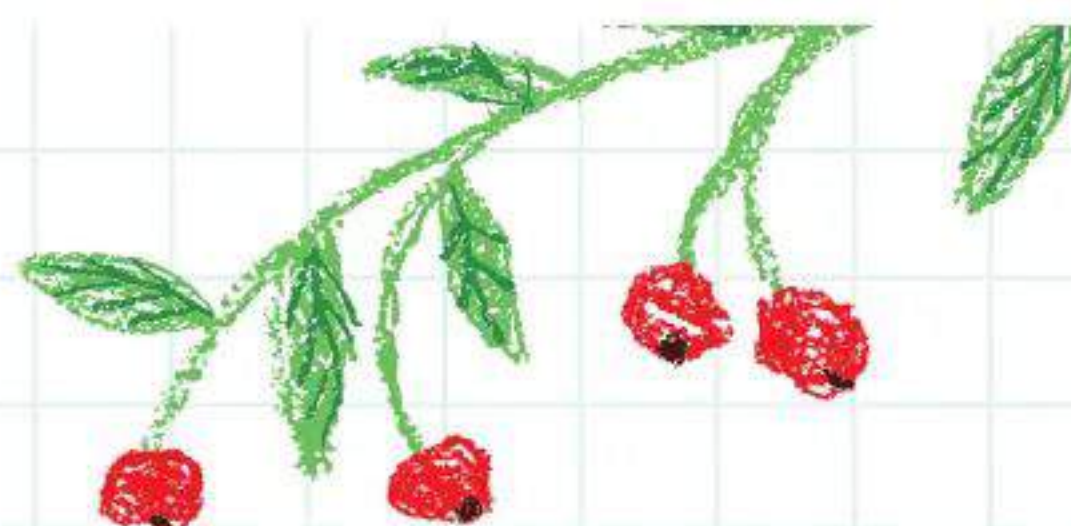
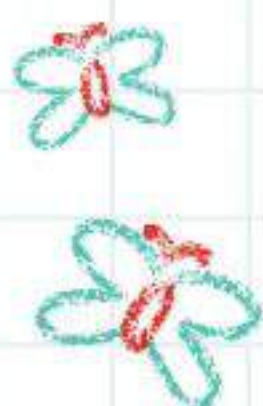
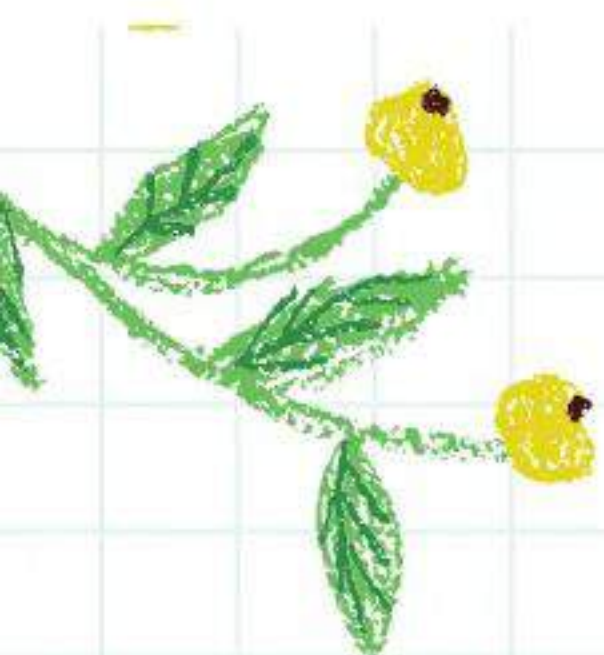
Con una barra diseñada para 12 comensales, Nintai propone a los amantes de la gastronomía japonesa una experiencia exclusiva en torno al arte de la alta cocina nipona, con la maestría del *itamae* (el chef) conquistando al comensal en cada bocado. (nintai.com)



PLACER EMBLEMÁTICO

El Fuerte Marbella

Ineludiblemente unido a la historia de la ciudad, y reconvertido en un hotel de cinco estrellas, sus espectaculares vistas al mar, su ambiente acogedor y su exquisita propuesta gastronómica hacen de El Fuerte Marbella un lujoso referente en el Mediterráneo. (elfuertemarbella.com)



#MujerhoyGoFamily

SÁBADO
14 SEPTIEMBRE

FUNDALAND
Monasterio de las Huelgas, 15. Madrid

10:00h - 16:00h

M MUJERHOY
GO FAMILY

UN EVENTO INSPIRADOR, EDUCATIVO,
DIVERTIDO Y solidario PARA TODA LA FAMILIA



descarga
GRATIS tu
INVITACIÓN
gofamily.mujerhoy.com

AFORO LIMITADO

PATROCINAN

COLABORAN

ORGANIZAN





LOS CONSEJOS DE Silvia OLMEDO

welife*
A new way of living

Psicóloga y autora de cinco *best sellers*, entre ellos *A dos pasos de la locura*, Silvia Olmedo tiene casi un millón de seguidores en Instagram. El próximo 27 de octubre participará en DKV WeLife Festival. Estos son sus consejos de bienestar mental:

■ **Cuida tu salud.** “Duerme y come bien. Haz ejercicio. La falta de descanso desequilibra nuestro cerebro y lo vuelve más vulnerable a un trastorno mental. Y seguir una dieta poco saludable afecta a las hormonas, haciendo que se desequilibren los neurotransmisores encargados de regular las emociones”.

■ **Prioriza lo importante sobre lo urgente.** “Haz una lista de lo que es esencial en tu vida, por un lado, y de aquello que debes hacer en forma de tareas u obligaciones en el día a día, por otro. Trata de que prevalezca lo primero”.

■ **Controla el exceso de ansiedad.** “Cierta nivel es importante para ser capaces de reaccionar ante situaciones de peligro, pero la sobredosis de esta emoción puede intensificar los problemas y traumas”.

■ **Trabaja tu autoestima.** “Enfócate en tus cualidades, valores innegociables y vulnerabilidades. Trabaja la asertividad”.

■ **Rodéate bien.** “Elige con quién quieres relacionarte, tanto en el trabajo como con los amigos o la pareja. Fíjate en que te nutran y permitan desarrollar tu potencial y tu identidad”. ●

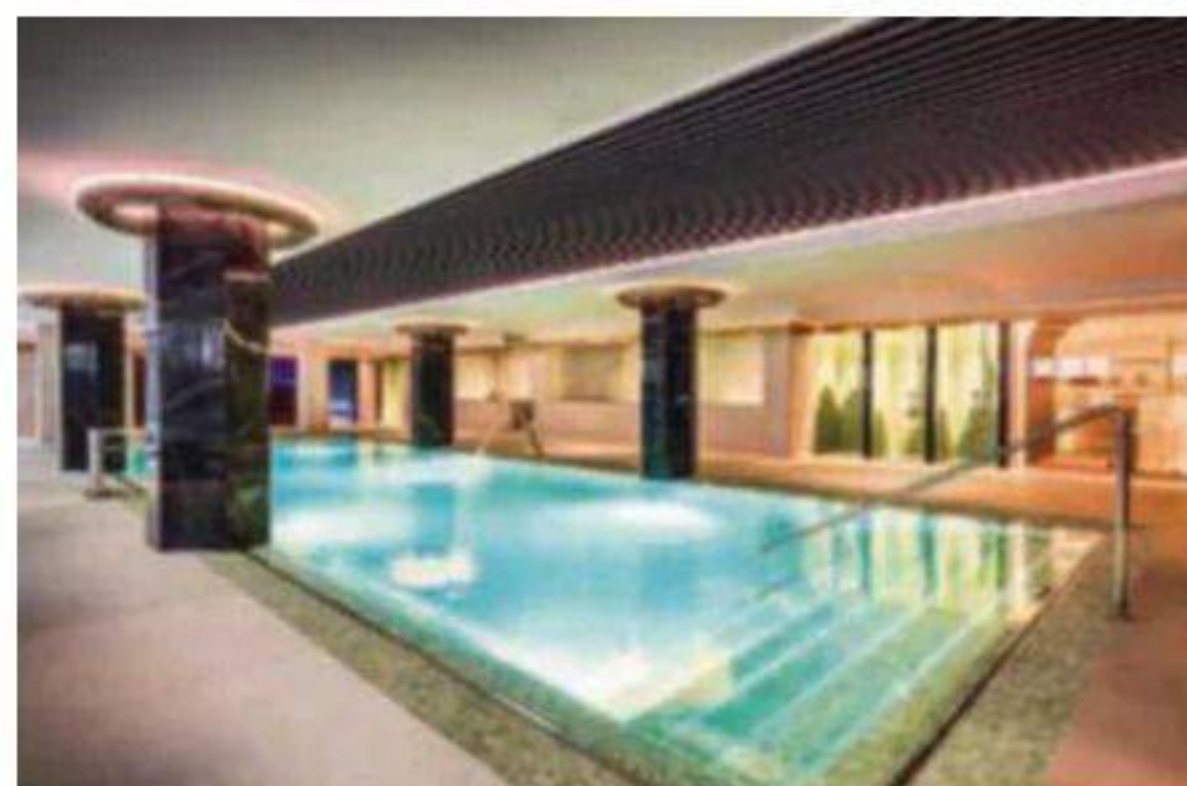
CONSIGUE TU ENTRADA PARA DKV WELIFE FESTIVAL EN WELIFEFESTIVAL.ES

PARAÍSO WELLNESS

Piscinas, masajes y un envidiable microclima. Son los ingredientes del resort Barceló La Nucía.

Su microclima (cuenta con una media de 300 días de sol al año) ya sería una buena razón para visitar La Nucía, una localidad de la Costa Blanca situada a 49 km de Alicante y a 11 de Altea. Pero es que, además, aquí se encuentra uno de los *resorts* más espectaculares de toda España: Barceló La Nucía. Este complejo de cinco estrellas consta de dos edificios (La Nucía Hills y La Nucía Palms), situados entre el mar y la montaña, y con todos los ingredientes necesarios para desconectar: piscinas al aire libre, circuitos termales, cartas de masajes, terrazas en la azotea... Sus 242 habitaciones y apartamentos rodeados de naturaleza son el lugar perfecto en el que pasar unos días de descanso.

El 28 de septiembre, Barceló La Nucía Hills acogerá una nueva parada de DKV WeLife Tour, el evento itinerante de Vocento dedicado al bienestar y la sostenibilidad (más información en welifetour.es). ●



DKV * welife*

FESTIVAL

¡No te lo pierdas!

Vuelve el evento de bienestar y sostenibilidad
más importante del año

26-27
OCTUBRE
8:30h - 19:30h

GREEN PATIO
C/ Salamanca, 23. Madrid

**¡COMPRA
TU ENTRADA!**

Algunos de nuestros speakers



Pablo d'Ors

Experto en
autoconocimiento,
meditación y silencio



Xuan Lan

Profesora de yoga y
empresaria especializada
en bienestar



Sandra Moñino

Dietista y nutricionista
integrativa



Álex Rovira

Escritor best-seller y
experto en procesos de
transformación



Vanesa Lorenzo

Modelo y autora de los
libros 'Yoga, un estilo de
vida' y 'Crecer juntos'

Global partner

DKV

Main partner

V O L V O

clarel

GOLD
COLLAGEN.

Patrocinan

L'OCCITANE
EN PROVENCE



Organizan

welife*
Sustainable Living

vocento



PROGRAMA Y REGISTRO
welifefestival.es

AFORO LIMITADO

El actor Alberto Ammann
estrena la película *Justicia
artificial*, de Simón Casal,
el 15 de septiembre.

EL DESGARRO DE UNA GUITARRA

“Con ocho años, me ponía delante del tocadiscos a dirigir a Mozart o a Bach. También cantaba en un coro. Con 17, ingresé en el conservatorio de Córdoba (Argentina), pero luego se cruzó el teatro y me convertí en actor. Y, desde entonces, han pasado casi 30 años. Mi padre fue el primero en regalarme una guitarra. Primero fue una española y, luego, una electrónica. Esta es muy especial. Tres décadas después, suena fenomenal. En 2020, perdí a mi padre a consecuencia del Covid. Se llamaba Luis Alberto Ammann. Cada vez que agarro la guitarra es como si él me acompañara. No siempre recorro a ella para ponerme triste: es una mezcla de alegría y melancolía. ¿Que qué canción me recuerda a él? Posiblemente, la *suite* de Bach para violonchelo”.

—»—
Fotografía: Álex RIVERA

GUGGENHEIM BILBAO

MARTHA JUNGWIRTH

07/06 >> 22/09/2024



Martha Jungwirth. *Maja I*, de la serie *Francisco de Goya, Maja* (*Maja I*, aus der Serie *Francisco de Goya, Maja*), 2021. Brauner Collection. © Martha Jungwirth, Bilbao, 2024.
Foto: Sebastiano Pellion

 **Occident**



Colección Snowflake
Pendientes, platino,
oro blanco, diamantes.

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906

